

**CITRA DIRI PRIA METROSEKSUAL DI KOTA MAKASSAR (STUDI
KASUS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI MEMBER *CELEBRITY
FITNESS*)**

OLEH :

MUHAMMAD TAHER RABBANI



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2017**

**CITRA DIRI PRIA METROSEKSUAL DI KOTA MAKASSAR (STUDI
KASUS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI MEMBER *CELEBRITY
FITNESS*)**

OLEH :

MUHAMMAD TAHER RABBANI

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2017**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Citra Diri Pria Metroseksual di Kota Makassar (Studi Kasus Komunikasi Antarpribadi Member *Celebrity Fitness*)**

Nama Mahasiswa : Muhammad Taher Rabbani

Nomor Pokok : E311 11 297

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing

Makassar, 8 Agustus 2017

Menyetujui

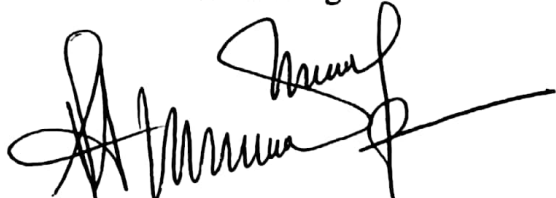
Pembimbing I



Dr. Tuti Bahfiarti, S. Sos. M.Si

NIP : 197 306 172 006 042 001

Pembimbing II



Sitti Murniati Muchtar, S. sos. S.H, M.I.Kom

NIP : 196 610 132 000 032 001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si.

NIP : 196 312 101 991 031 002

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations*. Pada Hari Selasa, Tanggal 22 Agustus, Tahun 2017.

Makassar, 22 Agustus 2017

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos, M.Si.

(.....)

Sekretaris : Nurul Ichsani, S.sos, M.IKom.

(.....)

Anggota : 1. Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si.

(.....)

2. Drs. Rahman Saeni, M.Si.

(.....)

3. Sitti Murniati Muchtar, S.sos., S.H., M.IKom.

(.....)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan dan karunia Nya sehingga skripsi penulis ini dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Tak lupa pula penulis haturkan salam serta shalawat kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan dan suri tauladan bagi umat manusia terutama bagi penulis.

Dengan terselesaikannya skripsi yang berjudul “Citra Diri Pria Metroseksual di Kota Makassar (Studi Kasus Komunikasi Antarpribadi Member *Celebrity Fitness*)” ini penulis sangat berterima kasih sebesar-besarnya pada kedua orangtua tercinta, ayahanda Tahrana Madjang dan ibunda Hetti Satriati yang tanpa kenal lelah memberikan dukungan baik itu dari aspek finansial maupun emosional.

Selama proses perencanaan sampai terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya doa, motivasi, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi dari proses awal hingga akhir. Ungkapan terima kasih penulis haturkan kepada :

1. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos. M.Si selaku pembimbing I, dan Sitti Murniati Muchtar, S.Sos, S.H, M.I.Kom selaku penasehat akademik dan pembimbing II yang telah sabar membimbing dengan memberikan arahan, dukungan, dan pencerahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi , Dr Moeh. Iqbal Sultan M,Si, sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi Andi Subhan Amir, S.Sos, M.Si, serta seluruh jajaran dosen dan staf Departemen Ilmu Komunikasi atas segala bantuan, kemudahan, dan ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama ini.
3. Kepada saudara-saudara penulis, Lhia, Mukhtar, Muthi, dan Afif yang selalu memberi motivasi dan mengingatkan agar selalu sarjana.
4. Keluarga besar Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (KOSMIK) yang telah memberikan banyak pengalaman yang berharga dan menjadi tempat belajar penulis.
5. Teman-teman Angkatan URGENT 2011 yang telah bersama-sama berjuang sejak awal perkuliahan dan mejadi bagian keluarga bagi penulis.
6. Anak nabi gengs, Yudha, Bogel, Akram, Atto, Amal, Bahri, Fahmi, Eca, Dede, Oji atas candanya selama ini dan menjadi bumbu-bumbu dalam pergaulan selama perkuliahan. Semoga kita semua sukses.
7. Para informan dan jajaran *Celebrity Fitness* Makassar, King, Dika, Ato, Randy, Egi, Adri, Arief dan Vian yang telah bersedia direpotkan dan meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati melalui skripsi ini penulis berharap penelitian ini dapat memberi manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam studi Ilmu Komunikasi.

Makassar, Agustus 2017

Penulis

ABSTRAK

MUHAMMAD TAHER RABBANI. *Citra Diri Pria Metroseksual di Kota Makassar (Studi Kasus Komunikasi Antarpribadi Member Celebrity Fitness)* (Dibimbing oleh Tuti Bahfiarti dan Murniati Muchtar).

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui dan mengkategorisasi citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar; (2) Untuk mengetahui dan mengkategorisasi tampilan verbal dan nonverbal pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar. Adapun objek penelitian ini adalah pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar yang ditentukan berdasarkan ciri-ciri pria metroseksual. Tipe penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif.

Data primer dikumpulkan dengan cara observasi langsung ke lapangan dan wawancara mendalam kepada informan yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kategori pria metroseksual. Data sekundernya diperoleh dari studi literatur berupa buku, jurnal, skripsi, dan artikel di internet yang terkait dengan penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis data interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek citra diri pria metroseksual terbagi kedalam dua aspek. *Pertama*, aspek citra diri bagian-bagian tubuh yang meliputi penampilan wajah, potongan rambut, bentuk bahu, bentuk lengan, bentuk kaki, dan perut. *Kedua*, aspek citra diri keseluruhan tubuh yang meliputi tinggi badan, berat badan, dan proporsi tubuh. Selain itu perkembangan citra diri pria metroseksual juga dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin, lingkungan, dan media massa. Pria metroseksual memiliki tampilan verbal yaitu: berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, kadang diselingi bahasa asing, dan menggunakan aksen tertentu. Kemudian tampilan nonverbal meliputi: *kinesics, haptics, paralanguage*, postur tubuh, artifak, warna, dan *olfaction*.

ABSTRACT

MUHAMMAD TAHER RABBANI. The Self Image of Metrosexual In Makassar City (Case Study of Interpersonal Communication of Celebrity Fitness Members) (Supervised by Tuti Bahfiarti and Murniati Muchtar).

The purposes of this study are: (1) to determine and to categorize the metrosexual self-image of Celebrity Fitness member in Makassar City; (2) To determine and to categorize the verbal and nonverbal display of metrosexual member of Celebrity Fitness in Makassar City.

This research was conducted in Makassar City. The object of this research are metrosexual members of Celebrity Fitness in Makassar City which is determined based on the characteristics of metrosexual. The type of this research is descriptive qualitative.

Primary data was collected by direct field observation and in-depth interviews to informants who have been determined using purposive sampling technique based on metrosexual category. Secondary data were obtained from the study of literature in the form of books, journals, theses, and articles on the Internet related to this research. The collected data were then analyzed using interactive data analysis methods Miles and Huberman.

The results showed that the self-image of metrosexual aspect is divided into two aspects. First, the self-image aspects of body parts that include facial appearance, haircut, shoulder shape, arm shape, foot shape, and stomach. Second, the overall self-image aspect of the body that includes height, weight, and body proportions. In addition, the development of self-image of metrosexual is also influenced by factors of sex, environment, and mass media. Metrosexual have a verbal display that is: communicating using good Indonesian language, sometimes interspersed with a foreign language, and use a particular accent. Then the nonverbal display includes: kinesics, haptics, paralanguage, posture, artifact, color, and olfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
D. Kerangka Konseptual.....	10
E. Definisi Operasional.....	25
F. Metode Penelitian	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.	32
A. Konsep Komunikasi	32
B. Konsep Komunikasi Antarpribadi	33
C. Konsep Diri	43
D. Citra Diri	50
E. Konsep Komunikasi Verbal dan Nonverbal.....	54

F. Gaya Hidup Metroseksual.....	60
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	66
A. Deskripsi Kota Makassar	66
B. Metroseksual di Kota Makassar	67
C. <i>Celebrity Fitness</i>	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Hasil Penelitian	76
B. Pembahasan	110
Bab V PENUTUP.....	121
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
4.1. Data Informan.....	83
4.2. Aspek Citra Diri Berdasarkan Bagian Tubuh.....	90
4.3. Aspek Citra Diri Berdasarkan Keseluruhan Tubuh.....	94
4.4. Perkembangan Citra Diri Pria Metroseksual.....	97
4.5 Tampilan Verbal.....	100
4.6. Tampilan Nonverbal.....	108

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1.1. Kerangka Konseptual.....	24
1.2. Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman.....	31
2.1. Unsur-Unsur Komunikasi Antarpribadi.....	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pria metroseksual lebih dari sekedar fakta melainkan juga sebuah fenomena yang kian menggejala di hampir semua kota besar di Indonesia. Pria metroseksual adalah pria yang *women oriented man* dan memiliki karakteristik unik seperti narsis dan merawat dirinya bahkan cenderung melebihi kaum wanita. Guna menjaga penampilannya pria metroseksual bisa membeli apa pun yang mereka inginkan untuk memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan pekerjaan dan penampilan.

Keberadaan pria metroseksual merupakan suatu fenomena yang begitu menarik untuk dikaji. Fenomena yang sering disebut sebagai *women oriented man* ini telah berkembang secara global dan kian nyata (Kartajaya, 2004). Ikon-ikonnya antara lain adalah David Beckham, Leonardo diCaprio, Ferdi Hasan hingga Ferry Salim. Keberadaan pria metroseksual telah menciptakan segmen baru dalam dunia bisnis dan industri.

Jika dahulu wanita menjadi kaum yang terdepan dalam pola hidup merawat diri dan berpenampilan maka sekarang pria metroseksual menjajari bahkan dalam beberapa kasus bisa menjadi lebih perhatian dan cenderung seperti berlebihan. Majalah-majalah khusus pria mulai bermunculan dan menjadikan pria metroseksual sebagai target market mereka, belum lagi dengan produk-produk khusus pria yang berkaitan langsung dengan tubuh dan penampilan fisik.

Pada kenyataannya secara lebih lanjut, bisnis spa, salon dan klub *fitness* juga mendapatkan pria metroseksual sebagai target market yang empuk karena perilaku mereka tersebut. Perilaku konsumtif pria metroseksual nyaris sama dengan yang dilakukan oleh kaum wanita yang berasal dari kalangan atas. Penggunaan kosmetik, pakaian dan segala aksesoris serta kebutuhan perawatan diri menjadi menu yang sudah lazim untuk diakrabi dan dijalani.

Pria metroseksual dikatakan sebagai individu yang sangat mencintai diri sendiri dan tergolong narsis. Mereka seperti rela melakukan apa saja dan mengeluarkan biaya yang besar hanya untuk mendapatkan penampilan yang sempurna menurut mereka. Jones (2003:27) mengatakan bahwa pria metroseksual akan melakukan, membeli dan menikmati apa saja yang mereka inginkan.

Pria metroseksual pasti berasal dari kalangan *the have* atau memiliki pendapatan yang besar. Sebagai kalangan kaya, mereka mampu memuaskan segala keinginannya dan mendapatkan apa saja yang terlintas dalam pikiran mereka, Katona (1951:57). Oleh karena karakteristik khusus tersebut mereka menjadi target market yang sangat potensial bagi produsen. Disisi ini, produsen bisa memanfaatkan momen dan kesempatan ini untuk menjadikan pria metroseksual bukan hanya eksis dengan atribut dan label yang khas tetapi juga pasar bagi bisnis kapital.

Perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami fluktuasi dari zaman ke zaman. Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*). Sebagai dampaknya, hal ini menuntut setiap

orang untuk selalu *uptodate*. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan hidup dan didorong oleh pesatnya teknologi informasi dan komunikasi seperti surat kabar, televisi, film, internet jarak informasi dari satu negara ke negara lain semakin tipis.

Jika diamati dari tahun ke tahun telah terjadi peningkatan dalam tuntutan pada gaya hidup baik pada pria maupun wanita, dalam konteks wanita mungkin bukan sesuatu yang dipermasalahkan karena pada dasarnya wanita adalah makhluk pesolek dan bukan sesuatu yang menarik untuk dikupas, namun atas nama kaum pria akan menimbulkan sesuatu persepsi lain yang menimbulkan tanda tanya besar. Sebuah fenomena yang sudah tidak asing lagi mewabah terutama di kota-kota besar di seluruh dunia. Walaupun dimasa sekarang bukan menjadi sesuatu hal yang unik dan aneh lagi, lelaki berpretensi *macho* tapi cantik tetap menimbulkan suatu logika baru pertumbuhan zaman.

Populasi kaum lelaki yang menonjolkan sisi femininnya tidak hanya menjangkiti kota-kota besar di Indonesia sebut saja Jakarta, Bandung dan kota-kota besar lainnya tetapi juga di kota kecil. Pada tahun 1990-an muncul suatu istilah yang disebut dengan metroseksual, istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang kolumnis *fashion* Inggris pada tahun 1994, Mark Simpson. Beliau mendefinisikan metroseksual secara sederhana yaitu: *a dandyish narcissist in love not only himself, but his urban lifestyle* atau lelaki yang tidak hanya mencintai dirinya sendiri melainkan juga mencintai gaya hidup kota besar yang dijalaninya.

Tumbuhnya kecenderungan metroseksual di kehidupan masyarakat di lihat dari wacana budaya populer merupakan suatu cerminan dari perubahan sosial yang diakibatkan oleh globalisasi ekonomi dan informasi yang melenyapkan batas-batas teritorial misalnya negara, bangsa, kesukuan, kepercayaan, politik, dan budaya. Batasan-batasan ini juga berimbas secara signifikan pada pola berfikir dan stereotip yang dibentuk oleh pola pemikiran modern tentang maskulinitas. Seperti halnya pria sudah melampaui batas-batas gender dengan melakukan suatu ritual dalam hal ini perawatan tubuh, yang selama ini lebih banyak dilakukan oleh wanita pada umumnya.

Metroseksual semakin marak di Kota Makassar khususnya di berbagai Kampus dan Universitas, bukan hanya dalam konteks bahwa pasar kosmetik wanita yang sudah hampir mencapai titik jenuh namun keharusan bahwa kaum metroseksual butuh sesuatu yang spesial menjelaskan identitas dirinya bahwa mereka tidak ingin memakai produk perawatan yang sama dengan wanita.

Umumnya pria metroseksual memiliki sifat yang romantis, realistis, loyal, *open minded* dan *easy going*. Mereka adalah pekerja keras tapi tidak melupakan kesenangan hidup. *Work hard, play hard*. Mereka terkenal wangi, *good looking* dan *mature*, baik secara ekonomi, mental, perilaku maupun secara penampilan. Mereka sangat mudah ditemui keberadaannya seperti di *fitness centre*, kafe, restoran, *coffeshop*, *night club* dan bahkan di bioskop.

Pria-pria metroseksual banyak melihat dari iklan, televisi, film dan media lainnya yang menginformasikan secara tersirat kebutuhan-kebutuhan pria untuk berdandan. Dalam berpakaian, pria metroseksual memiliki *style* tersendiri.

Umumnya *jeans*, kemeja, atau *polo shirt* lazim dipakai pada saat santai atau setelan jas untuk situasi formal.

Seiring dengan berjalannya waktu dan fashion terus berkembang. Rambut dengan gaya tintin mulai ditinggalkan. Untuk urusan wajah pria metroseksual menggunakan pelembab khusus pria yang dijual di pasaran. Tak jarang dari mereka pergi ke *skin care* untuk merawat wajahnya. Mereka tak menginginkan adanya flek hitam dan jerawat diwajahnya.

Salah satu artis Indonesia misalnya Romi Kartiko, sosok pria metroseksual yang bisa dibilang sempurna dalam soal penampilannya. Dengan postur tubuh yang proporsional, bentuk wajah yang kuat, memiliki dagu yang kotak, merupakan dambaan setiap pria metroseksual lainnya. Tak jarang mereka pun melakukan operasi plastik untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Biasanya yang melakukan operasi plastik hanyalah kalangan pria metroseksual yang segi finansialnya berlimpah.

Potensi Pria metroseksual ini pada umumnya didominasi oleh kalangan selebritis, model, dan pekerja kantoran yang rutin melakukan ritual *treatment* ala wanita misalnya pergi ke salon dan spa untuk melakukan perawatan dari ujung kepala sampai ujung kaki. Dan biasanya akan menemukan *lipgloss*, *parfume* bahkan bedak dalam tas nya. Polesan tipis *lipgloss* yang kadang membuat bibir sedikit mengkilap, keharuman yang menyengat dan sedikit polesan bedak diwajahnya hanya untuk mengurangi kekurangan pada wajahnya. Karena mereka selalu ingin tampil sempurna mungkin dihadapan orang lain. Tak ingin mengetahui adanya cacat dibagian tubuhnya.

Banyaknya salon-salon khusus pria, majalah-majalah khusus pria , sampai tempat perawatan tubuh untuk pria, di mana para pria tidak malu-malu lagi untuk *facial* bahkan melakukan perawatan *manicure pedicure*. Sementara di layar kaca kita bisa melihat wajah - wajah aktor muda yang manis dan tak segan-segan menentang *beauty case*, di dalamnya berisi peralatan lengkap *make-up*.

Tampaknya sekarang ini tuntutan profesi tidak hanya membuat para wanita, kini juga para pria, harus selalu tampak enak di pandang mata. Tidak hanya selebriti saja yang memiliki potensi pria metroseksual, pekerja profesional muda, para pengusaha dan kelas-kelas atas lainnya. Akan tetapi pada kenyataannya pada saat ini khususnya di Makassar, pria metroseksual tidak hanya didominasi oleh kalangan atas saja, tetapi sudah mulai memasuki pada kelas mahasiswa dan pekerja kantoran.

Pada awalnya suatu perusahaan tertentu hanya memakai perempuan saja untuk memasarkan produknya akan tetapi seiring berjalannya waktu dan berkembang zaman, perusahaan mulai memperhitungkan keberadaan pria metroseksual ini. Mereka haruslah memiliki wajah yang tampan, tidak boleh memiliki bau badan, badan yang proporsional dan memiliki suatu kecerdasan. Kecerdasan disini adalah kecerdasan dalam berbicara kepada konsumen. Tidak bisa dipungkiri, dalam berkomunikasi pria metroseksual lebih teratur dan setidaknya lebih berkelas dalam tutur katanya.

Pria metroseksual terobesi dengan penampilan prima dari ujung kaki hingga rambut, mereka rela mengeluarkan banyak uang agar dapat menjadi seseorang yang mereka inginkan. Bentuk tubuh yang kurang bagus dapat diperbaiki dengan mengikuti fitness di pusat kebugaran, mereka sangatlah mudah ditemui di pusat-pusat kebugaran. Berkaitan dengan hal tersebut pada penelitian ini dipilihlah *Celebrity Fitness* sebagai lokasi penelitian karena dianggap mereka dapat dengan mudah dijumpai ditempat tersebut. Selain itu *Celebrity Fitness* memiliki lokasi yang strategis dan memiliki fasilitas yang paling lengkap di Kota Makassar dan mengalami peningkatan anggota member yang cukup pesat dari tahun ke tahun.

Adapun yang menjadi indikasi dari penulisan karya ilmiah ini adalah, terdapatnya kejadian-kejadian yang menarik bagi kalangan pria metroseksual tentang hubungan dan atau pola hidup mereka yang *glamour* dan terbuka akan perubahan-perubahan baru.

Hal yang menjadi perbandingannya adalah penelitian sebelumnya dengan judul Perilaku Komunikasi Sesama Pria Metroseksual di Kota Makassar (Studi Komunikasi Antarpribadi) yang ditulis oleh Muhammad Reza pada tahun 2013, bahwa landasan perbedaannya terletak pada nilai dasar dari hubungan karakteristik yang bersifat dengan pola hubungan sehari-hari berdasarkan kenyataan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara spesifik klasifikasi citra diri pria metroseksual, menjelaskan aspek-aspek yang terdapat pada citra diri pria metroseksual, serta sejauh mana peranan pria metroseksual dalam kehidupan sehari-hari.

Mengangkat pembahasan tentang pria metroseksual menarik untuk diteliti karena metroseksual merupakan sebuah fenomena sosial yang kini mulai banyak dan tersebar di seluruh kota besar di Indonesia dan masih dipandang sebelah mata oleh sebagian masyarakat. Oleh karena itu maka penulis menetapkan judul penelitian sebagai berikut:

**“Citra Diri Pria Metroseksual di Kota Makassar (Studi Kasus
Komunikasi Antarpribadi Member *Celebrity Fitness*)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan sebelumnya maka penulis merumuskan masalah yaitu :

1. Bagaimana citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* Di Kota Makassar ?
2. Bagaimana tampilan verbal dan nonverbal berdasarkan citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan mengkategorisasi citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar.
- b. Untuk mengetahui dan mengkategorisasi tampilan verbal dan nonverbal berdasarkan citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmiah dan bahan referensi bagi mahasiswa yang berkepentingan untuk mengembangkan penelitian dalam ilmu komunikasi tentang citra diri pria metroseksual dalam perspektif komunikasi antarpribadi.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran kepada citra diri pria metroseksual dalam kehidupan sehari-hari dikalangan metroseksual maupun masyarakat umum.

Penelitian ini juga memberikan kesempatan yang baik bagi peneliti untuk memahami berbagai teori komunikasi antarpribadi dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin secara umum, program ilmu komunikasi secara khusus sebagai literatur atau untuk sumber tambahan dalam memperoleh informasi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama. Untuk para pria metroseksual, penelitian ini dapat menjadi acuan dan pedoman dalam menjalin kebersamaan antar sesama pria metroseksual sehari-hari.

D. Kerangka Konseptual

1. Konsep Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan dengan penerima baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dikatakan secara langsung apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media. Sedangkan komunikasi tidak langsung dicirikan oleh adanya penggunaan media tertentu.

a. Hakikat Komunikasi Antarpribadi :

1. Komunikasi antarpribadi pada hakikatnya adalah suatu proses, tetapi ada juga yang menyebut sebagai sebuah transaksi (mengenai gagasan, ide, pesan, simbol, informasi, atau *message*) dan interaksi (mengesankan adanya suatu tindakan yang berbalasan).
2. Pesan tersebut tidak ada dengan sendirinya, melainkan diciptakan dan dikirimkan oleh seorang komunikator, atau sumber informasi.
3. Komunikasi antarpribadi dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung.
4. Penyampaian pesan dapat dilakukan baik secara lisan maupun tertulis.
5. Komunikasi antarpribadi tatap muka memungkinkan balikan atau respon dapat diketahui dengan segera, artinya penerima pesan dapat dengan segera memberi tanggapan atas pesan-pesan yang telah diterima dari sumber.

b. Komponen-Komponen Komunikasi Antarpribadi

Proses komunikasi antarpribadi akan terjadi apabila ada pengirim menyampaikan informasi berupa lambang verbal maupun non verbal kepada penerima dengan menggunakan medium suara manusia, maupun dengan medium tulisan. Dalam komunikasi antarpribadi terdapat komponen-komponen, seperti:

1. Sumber/komunikator, ialah orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi yakni keinginan untuk membagi keadaan internal

sendiri, baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain.

2. *Encoding*, ialah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan nonverbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan.
3. Pesan, ialah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain.
4. Saluran, ialah sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum.
5. Penerima/komunikan, ialah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan.
6. *Decoding*, ialah kegiatan internal dalam diri penerima.
7. Respon, ialah apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan.
8. Gangguan atau *noise*. Gangguan atau *noise* beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. *Noise* merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau panyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan psikis.
9. Konteks komunikasi. Komunikasi terjadi dalam suatu konteks tertentu, yaitu ruang, waktu, dan nilai.

Apabila komponen-komponen komunikasi antarpribadi tersebut digambarkan dalam suatu bagan model, maka akan menunjukkan sebuah model komunikasi antarpribadi.

c. Asas-asas Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi melibatkan sekurang-kurangnya dua orang. Satu orang berperan sebagai pengirim dan seorang lainnya sebagai penerima. Kelancaran komunikasi ditentukan oleh peran kedua orang tersebut memformulasikan dan memahami pesan. Berikut ini adalah lima asas komunikasi antarpribadi:

1. Komunikasi berlangsung antara pikiran seseorang dengan pikiran orang lain.
2. Orang hanya bisa mengerti sesuatu hal dengan menghubungkannya pada suatu hal lain yang telah dimengerti.
3. Setiap orang berkomunikasi tentu mempunyai tujuan.
4. Orang yang telah melakukan komunikasi mempunyai suatu kewajiban untuk meyakinkan dirinya bahwa ia memahami makna pesan yang akan disampaikan itu.
5. Orang yang tidak memahami makna informasi yang diterima, memiliki kewajiban untuk meminta penjelasan agar tidak terjadi bias komunikasi.

d. Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi, merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Berikut ini adalah ciri-ciri dari komunikasi antarpribadi, antara lain:

1. Arus pesan dua arah
2. Suasana nonformal
3. Umpan balik segera
4. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat
5. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal.

Sementara itu Judi C. Pearson, S. Djuarsa Sendjaja (2002:2) menyebutkan enam karakteristik komunikasi antarpribadi, yaitu:

1. Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi
2. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional
3. Komunikasi antarpribadi menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi.
4. Komunikasi antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi
5. Komunikasi antarpribadi menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu dengan lainnya.
6. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang.

e. Komunikasi Antarpribadi Secara Lisan dan Tertulis

Komunikasi antarpribadi dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, sehingga penerapannya perlu memperhatikan situasi dan kondisi yang ada. Komunikasi lisan keuntungannya adalah:

1. Kecepatan, dalam arti ketika kita melakukan tindak komunikasi dengan orang lain, pesan dapat disampaikan dengan segera.
2. Munculnya umpan balik segera, artinya penerima pesan dapat dengan segera memberi tanggapan atas pesan-pesan yang kita sampaikan.
3. Memberi kesempatan pada pengirim pesan untuk mengendalikan situasi, dalam arti *sender* dapat melihat keadaan penerima pesan pada saat berlangsungnya tindak komunikasi tersebut.

Komunikasi tertulis ialah proses komunikasi di mana pesan disampaikan secara tertulis. Pada komunikasi tertulis, keuntungannya adalah bahwa ia bersifat permanen, karena pesan-pesan yang disampaikan dilakukan secara tertulis. Selain itu catatan-catatan tertulis juga mencegah terjadinya penyimpangan terhadap interpretasi gagasan-gagasan yang dikomunikasikan.

f. Sikap Positif Dalam Berkomunikasi

Hubungan antarmanusia dibina atas dasar hal-hal kecil yang mengakrabkan persahabatan, yang terbit dari kata hati yang tulus ikhlas, mengejawantah sebagai sikap positif dalam berkomunikasi.

Ada beberapa contoh sikap positif yang perlu dikembangkan untuk mendukung efektivitas komunikasi antarpribadi :

1. Membuka pintu komunikasi

Dengan membuka pintu komunikasi, berarti kita memiliki komitmen untuk membina kerjasama dan hubungan harmonis.

2. Sopan dan ramah dalam berkomunikasi

Penampilan yang sopan dan ramah akan membuat kita lebih aman dalam memulai berkomunikasi ketimbang penuh emosi dan rasa curiga. Komunikasi akan lebih senang mendengarkan argumentasi yang disampaikan dengan sopan. Oleh karena itu kita perlu membiasakan diri bersikap ramah dan sopan, agar orang lain juga bersikap ramah kepada kita.

3. Jangan sungkan meminta maaf pada saat bersalah

Ketika kita menyadari bahwa sudah melakukan sebuah kesalahan dalam berkomunikasi, maka sebaiknya kita meminta maaf. Dengan begitu kita menaruh rasa hormat pada orang lain dan giliran berikutnya kita pun juga akan dihormati.

4. Cepat dan tanggap

Tanggung jawab terhadap pelaksanaan pekerjaan atau fungsinya, artinya keputusan yang diambil dan hasil dari pekerjaan tersebut harus baik serta dapat dipertanggung-jawabkan sesuai dengan standar profesi, efisien, dan efektif.

5. Penuh perhatian

Apabila anda memiliki perhatian yang baik, maka anda akan memahami karakteristiknya, dan dengan demikian anda dapat mengusahakan proses komunikasi yang menyenangkan kedua belah pihak, tanpa melanggar etika dan tata karma.

6. Bertindak jujur dan adil

Kejujuran merupakan sikap profesional yang penting. Ditunjukkan oleh sifat jujur dan setia serta merasa terhormat pada profesi yang disandangnya, tidak menyombongkan diri, serta berusaha terus untuk mengembangkan diri dalam peningkatan keahlian dan ketrampilan profesional.

2. Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dan sikap individu terhadap diri sendiri. Pandangan diri terkait dengan dimensi fisik, karakteristik individual, dan motivasi diri. Pandangan diri tidak hanya meliputi kekuatan-kekuatan individual, tetapi juga kelemahan bahkan juga kegagalan dirinya. Konsep diri merupakan inti dari kepribadian individu. Inti kepribadian berperan penting untuk menentukan dan mengarahkan perkembangan kepribadian serta perilaku individu.

Menurut Hurlock, Nia (2011:127) konsep diri adalah konsep seseorang dari siapa dan apa dia itu. Konsep ini merupakan bayangan cermin, ditentukan sebagian besar oleh peran dan hubungan dengan orang lain, dan apa yang kiranya reaksi orang lain terhadapnya. Konsep diri mencakup citra diri fisik dan

psikologis. Citra diri fisik biasanya berkaitan dengan penampilan, sedangkan citra diri psikologis berdasarkan atas pikiran, perasaan, dan emosi.

Song dan Hattie, Nia (2011:84) mengemukakan bahwa konsep diri terdiri atas konsep diri akademis dan non akademis. Selanjutnya konsep diri non akademis dapat dibedakan menjadi konsep diri sosial dan penampilan diri. Jadi menurut Song dan Hattie, konsep diri secara umum dapat dibedakan menjadi konsep diri akademis, konsep diri sosial, dan penampilan diri.

Menurut Burns, Erawati (2011:72) konsep diri adalah suatu gambaran campuran dari apa yang kita pikirkan, orang-orang lain berpendapat mengenai diri kita, dan seperti apa diri yang kita inginkan.

Menurut William D. Brooks yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat (1985:125) yang menyatakan konsep diri merupakan persepsi individu terhadap dirinya sendiri yang bersifat psikis dan sosial sebagai hasil interaksi dengan orang lain.

Menurut Mulyana, (2000:7) menyatakan konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu, dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat informasi yang diberikan orang lain pada diri individu.

Berdasarkan kajian-kajian teori di atas, maka dasar teori yang digunakan untuk menyusun kisi-kisi konsep diri adalah gabungan dari teori Hurlock dan teori Song & Hattie yang menyatakan konsep diri adalah gabungan dari keyakinan yang dimiliki individu tentang mereka sendiri yang meliputi karakteristik fisik, psikologis, sosial, emosional, aspirasi dan prestasi. Dimensi konsep diri mencakup citra diri fisik, citra diri psikologis dan konsep diri sosial. Indikator citra diri fisik

biasanya berkaitan dengan penampilan, indikator citra diri psikologis berdasarkan atas pikiran, perasaan, dan emosi. Sedangkan indikator konsep diri sosial adalah pandangan, penilaian siswa terhadap kemampuan bergaul dan kerjasama dengan orang lain.

Konsep Diri adalah semua persepsi kita terhadap aspek diri kita yang meliputi aspek fisik, aspek sosial, dan aspek psikologis, yang terbentuk karena pengalaman masa lalu kita dan interaksi kita dengan orang lain.

Konsep Diri berarti segala yang anda ketahui tentang diri anda, semua apa yang anda percayai, dan apa yang telah terjadi dalam hidup anda terekam dalam *mental hard-drive* kepribadian Anda, yaitu di dalam *self-concept* Anda. *Self-concept* Anda mendahului dan memprediksi tingkat performa dan efektivitas setiap tindakan Anda. Tingkah laku nyata Anda akan selalu konsisten dengan *self-concept* yang terdapat di dalam diri Anda. Oleh karena itu, perbaikan di segala bidang kehidupan Anda harus dimulai dari perbaikan di dalam *self-concept* Anda.

3. Citra Diri

Citra diri adalah gambaran tentang siapakah diri kita menurut pendapat kita sendiri. Mungkin citra diri ini tidak sama dengan kenyataan yang terjadi, tetapi kita meyakinkannya. Citra diri ini membentuk ‘kepribadian’ kita bagaimana kita berlaku, penampilan, mengambil keputusan, termasuk menghargai kondisi tubuh.

Kepribadian kita dibentuk oleh dua komponen besar yaitu a) Citra-diri dan b) Watak seseorang. Inti dari ‘kepribadian’ ini adalah citra diri itu karena ‘watak’ kita dipengaruhi oleh citra diri itu sendiri.

Kita bisa menilai diri kita tergantung pada beberapa aspek yaitu aspek tubuh dan aspek psikologi. Sebagai contoh orang yang berkelahiran normal akan mempunyai citra diri yang positif, sedangkan orang yang cacat akan memiliki citra diri yang negatif. Itu ditinjau dari aspek fisik. Ditinjau dari aspek psikologi orang lahir dari keluarga kaya akan memiliki citra diri positif, sedangkan orang yang kelahiran dari keluarga miskin mempunyai citra diri negatif. Contoh ini bisa dikembangkan tetapi berdasarkan pembagian aspek diatas. Watak adalah kualitas perilaku atau reaksi dari setiap persoalan termasuk cara menghadapi dan menyelesaikan persoalan tersebut. Jadi kedua komponen besar diatas membentuk kepribadian kita dalam kehidupan sehari-hari.

Citra diri dapat digolongkan kepada dua golongan besar yaitu citra diri positif dan citra diri negatif. Citra diri positif akan mempunyai watak atau sikap percaya diri yang tinggi, menghargai diri sendiri, dan dapat menerima diri seperti apa adanya. Disamping itu orang ini pula memiliki watak yang baik dalam pergaulan sosial, mengembangkan potensi diri secara seoptimal mungkin. Bagi orang yang mempunyai citra diri negatif, mempunyai watak atau sikap yang rendah diri, sombong, pemalu, peragu, pergaulannya terhambat.

4. Proses Terbentuknya Citra Diri Setelah Konsep Diri

Konsep diri terbentuk melalui proses belajar sejak masa pertumbuhan seorang manusia dari kecil hingga dewasa. Lingkungan, pengalaman, dan pola asuh orang tua turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap konsep diri yang terbentuk. Sikap atau respon orang tua dan lingkungan akan menjadi bahan informasi bagi anak untuk menilai siapa dirinya.

Oleh sebab itu, seringkali anak-anak yang tumbuh dan dibesarkan dalam pola asuh yang keliru dan negatif, atau pun lingkungan yang kurang mendukung, cenderung mempunyai konsep diri yang negatif. Hal ini disebabkan sikap orang tua yang misalnya : suka memukul, mengabaikan, kurang memperhatikan, melecehkan, menghina, bersikap tidak adil, tidak pernah memuji, suka marah-marah, dan lain-lain, merupakan hukuman akibat kekurangan, kesalahan atau pun kebodohan dirinya. Jadi anak menilai dirinya berdasarkan apa yang dia alami dan dapatkan dari lingkungan. Jika lingkungan memberikan sikap yang baik dan positif, maka anak akan merasa dirinya cukup berharga sehingga tumbuhlah konsep diri yang positif.

Konsep diri ini mempunyai sifat yang dinamis, artinya tidak luput dari perubahan. Ada aspek-aspek yang bisa bertahan dalam jangka waktu tertentu, namun ada pula yang mudah sekali berubah sesuai dengan situasi sesaat. Misalnya, seorang merasa dirinya pandai dan selalu berhasil mendapatkan nilai baik, namun suatu ketika dia mendapat angka merah. Bisa saja saat itu ia jadi merasa “bodoh”, namun karena dasar keyakinannya yang positif, ia berusaha memperbaiki nilai.

Dalam konsep diri ini terdapat beberapa unsur antara lain:

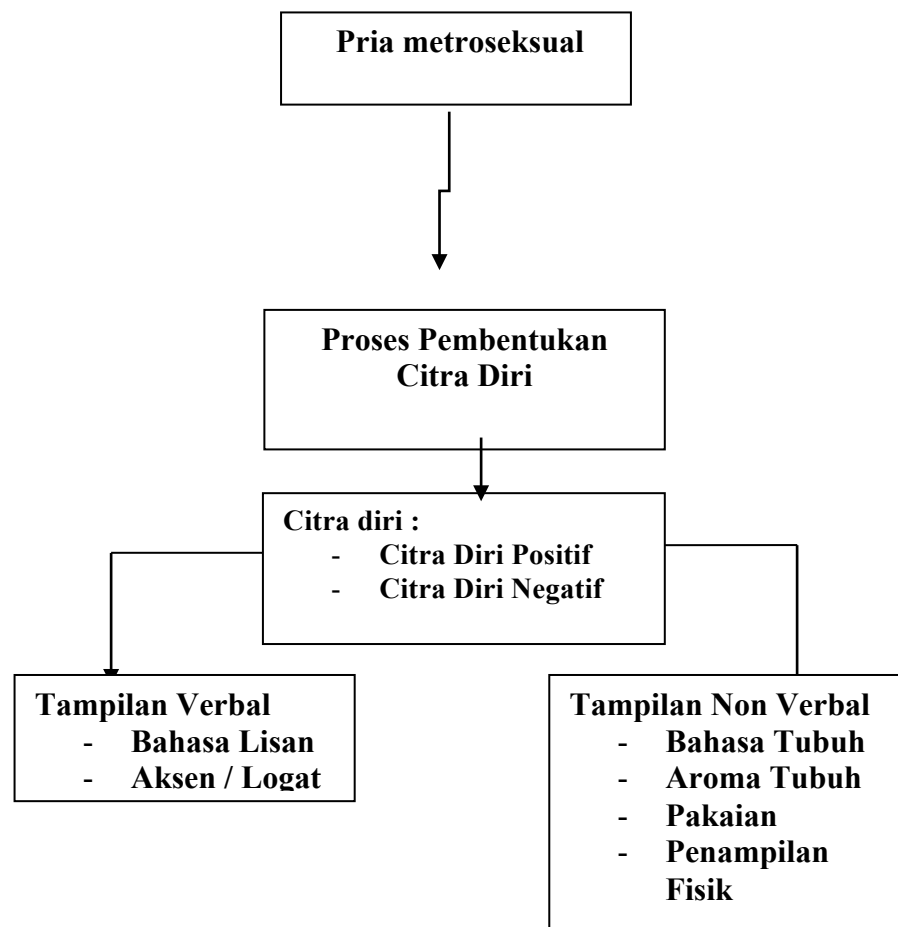
1. Penilaian diri merupakan pandangan diri terhadap
 - a. Pengendalian keinginan dan dorongan-dorongan dalam diri.
Bagaimana kita mengetahui dan mengendalikan dorongan, kebutuhan dan perasaan-perasaan dalam diri kita.

- b. Suasana hati yang sedang kita hayati seperti bahagia, sedih atau cemas. Keadaan ini akan mempengaruhi konsep diri kita positif atau negatif.
 - c. Bayangan subyektif terhadap kondisi tubuh kita. Konsep diri yang positif akan dimiliki kalau merasa puas (menerima) keadaan fisik diri sendiri. Sebaliknya, kalau merasa tidak puas dan menilai buruk keadaan fisik sendiri maka konsep diri juga negatif atau akan jadi memiliki perasaan rendah diri.
- 2. Penilaian sosial merupakan evaluasi terhadap bagaimana individu menerima penilaian lingkungan sosial pada dirinya. Penilaian sosial terhadap diri yang cerdas, supel akan mampu meningkatkan konsep diri dan kepercayaan diri. Adapun pandangan lingkungan pada individu seperti si gendut, si bodoh atau si nakal akan menyebabkan individu memiliki konsep diri yang buruk terhadap dirinya.
- 3. Konsep lain yang terdapat dalam pengertian konsep diri adalah *self image* atau citra diri, yaitu merupakan gambaran:
 - a. Siapa saya, yaitu bagaimana kita menilai keadaan pribadi seperti tingkat kecerdasan, status sosial ekonomi keluarga atau peran lingkungan sosial kita.
 - b. Saya ingin jadi apa, kita memiliki harapan-harapan dan cita-cita ideal yang ingin dicapai yang cenderung tidak realistis. Bayang bayang kita mengenai ingin jadi apa nantinya, tanpa disadari sangat dipengaruhi

oleh tokoh-tokoh ideal yang menjadi idola, baik itu ada di lingkungan kita atau tokoh fantasi kita.

- c. Bagaimana orang lain memandang saya, pertanyaan ini menunjukkan pada perasaan keberartian diri kita bagi lingkungan sosial maupun bagi diri kita sendiri.

Konsep diri yang terbentuk pada diri juga akan menentukan penghargaan yang berikan pada diri. Penghargaan terhadap diri atau yang lebih dikenal dengan self esteem ini meliputi penghargaan terhadap diri sebagai manusia yang memiliki tempat di lingkungan sosial. Penghargaan ini akan mempengaruhi dalam berinteraksi dengan orang lain.



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

E. Definisi Operasional

Citra Diri

Gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya, terkait dengan bagaimana seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya. Dalam penelitian citra diri yang dimaksud ialah bagaimana member Celebrity Fitness Memandang dan mengenali dirinya dalam berbagai aspek.

Pria Metroseksual

Pria muda mapan yang hidup di Kota Makassar, mereka selalu memperhatikan penampilannya untuk selalu tampil menarik. Sadar akan perkembangan jaman dan memiliki gaya hidup yang mewah.

Member

Seseorang yang tergabung / terdaftar sebagai anggota klub di pusat kebugaran Celebrity Fitness.

Celebrity Fitness

Salah satu brand pusat kebugaran yang ada di Indonesia. Pada penelitian ini cabang yang dijadikan sebagai lokasi penelitian ini bertempat di Trans Studio Mall Kota Makassar.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan dari bulan Oktober 2016 sampai bulan Desember 2016. Penelitian ini akan dilakukan di cabang *Celebrity Fitness* Kota Makassar. Karena lokasi tersebut, penulis anggap bahwa sangat strategis dan cocok untuk dilakukan penelitian serta sangat cocok dengan judul karya ilmiah penulis. Selain itu, penulis juga menganggap bahwa lokasi tersebut dilengkapi fasilitas-fasilitas yang sangat memadai dan memenuhi standar operasional jika dibandingkan tempat atau lokasi yang lainnya.

2. Tipe Penelitian

Menggunakan tipe penelitian deskriptif, yaitu menggambarkan dan memberikan pemaparan serta menjelaskan mengenai yang diteliti berdasarkan wawancara mendalam serta observasi yang diperoleh dalam penelitian terhadap member *Celebrity Fitness* pada citra diri pria metroseksual di Kota Makassar.

3. Teknik pengumpulan data

1. Data Primer

- a. Observasi, yakni untuk memperoleh data-data yang akurat, penulis melakukan observasi langsung ke lapangan lokasi penelitian yakni di cabang *Celebrity Fitness* Kota Makassar. Data tersebut dilengkapi dengan berupa dokumentasi.
- b. Wawancara, pengumpulan data juga dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap informan dalam penelitian ini, yakni member *Celebrity Fitness* Kota Makassar Makassar.

2. Data Sekunder

Diperoleh dari studi literatur, buku bacaan, bahan kuliah, laporan serta situs-situs internet yang memiliki relevansi kuat dengan masalah yang diteliti.

3. Penentuan Informan

Sesuai dengan metode penelitian yaitu deskriptif, maka dalam penelitian ini dipergunakan teknik pengumpulan data yaitu *purposive sampling* dengan memilih tujuh informan yang dianggap layak dalam pemberian data.

Adapun uraiannya sebagai berikut :

- a. Tercatat sebagai member *Celebrity Fitness*
- b. Berdomisili di Kota Makassar
- c. Pria usia antara 19-32 tahun
- d. Berasal dari kalangan ekonomi menengah keatas. Hal ini berkaitan dengan kemampuan subjek penelitian untuk menunjang gaya hidupnya yang tergolong mahal.
- e. Memilih gaya hidup urban (perkotaan) dan hedonis (suka bersenang-senang)
- f. Secara intens mengikuti perkembangan *trend fashion*
- g. Selalu tampil klimis, rapi dan wangi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menjabarkan bahwa keterkaitan dengan tema tersebut diatas, maka hal yang menjadi dasar dalam sasaran informan dalam kajian penelitiannya adalah, bahwa bagi pria metroseksual yang tercatat dalam

member pada umumnya terlihat dari segi fisiknya, gaya penampilannya dan pola pergaulannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu juga, penulis mengambil sampel dari uraian tersebut yang dijadikan sebagai informan dalam sasaran wawancaranya adalah member yang berusia 19-32 tahun yang pada umumnya banyak dijumpai dalam *Member Celebrity Fitness*.

4. Teknik Analisis Data

1. Data primer dianalisis secara deskriptif kualitatif, artinya pengolahan data dan analisis dilakukan secara bersamaan pada proses penelitian. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, seperti wawancara dan observasi yang dituliskan dalam catatan lapangan.
2. Data sekunder juga dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisis data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer yang telah diperoleh ataupun sebagai jalan untuk mendapatkan jawaban yang tidak ditemukan pada data primer.

Setelah seluruh data dibaca dan ditelaah maka kemudian mereduksi data dengan jalan membuat abstraksi yang merupakan usaha membuar rangkuman inti. Kemudian langkah selanjutnya adalah mengkategorikan data berdasarkan tema yang sesuai dengan fokus penelitian.

Teori Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi

reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/ verification*).

Berikut ini adalah tahap dalam analisis data menurut teori Miles dan Huberman :

a. Tahap Analisis atau Pengumpulan Data

Proses analisis pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai macam cara melalui wawancara, pengamatan, observasi, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Tahap analisis atau pengumpulan data ini bisa dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, mengumpulkan data, dan lain sebagainya.

b. Tahap Reduksi

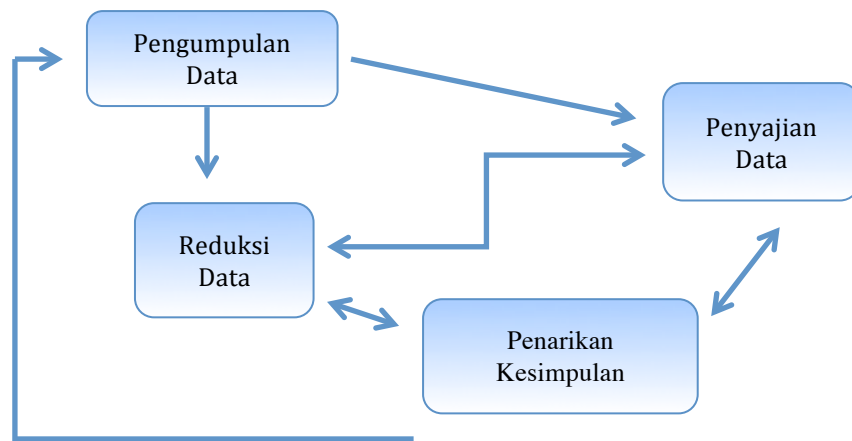
Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta wawasan yang tinggi. Tahap mereduksi data, peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tahap ini dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Contohnya yaitu meringkaskan data kontak langsung dengan orang, kejadian dan situasi di lokasi penelitian, pengkodean, pembuatan catatan obyektif, membuat catatan reflektif, penyimpanan data, membuat memo, dll.

c. Tahap penyajian

Penyajian data dilakukan untuk memudahkan memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya. Pada penyajian data, data yang diperoleh disajikan dalam bentuk teks narasi dan tabel.

d. Tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi data

Proses pengambilan kesimpulan berdasarkan narasi yang disusun sebelumnya yang bertujuan memahami tafsiran dalam konteksnya dengan masalah secara keseluruhan dan memberikan masalah atas masalah yang telah diteliti. Kesimpulan akhir akan diperoleh bukan hanya sampai pada akhir pengumpulan data, melainkan dibutuhkan suatu verifikasi yang berupa pengulangan selama penelitian berlangsung dengan melihat kembali data mentah agar kesimpulan yang diambil lebih kuat dan dapat dipertanggung jawabkan.



Gambar 1.2 : Analisis data Model Interaktif dari Miles & Huberman
Sumber : Sugiyono, 2013:335

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Komunikasi

Secara etimologi, kata “komunikasi” mengalami peralihan makna dari bahasa Latin ke bahasa Inggris berarti “*common*” atau “bersama dengan” dan “bersatu dengan”. Komunikasi sangat bergantung pada kemampuan untuk memahami satu dengan yang lainnya. Secara sederhana komunikasi terjadi jika adanya kesamaan antara penyampai pesan dan penerima pesan.

Selanjutnya komunikasi menurut Cherry dalam Stuart berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico*. *Communico* yang berarti membagi, Cangara (2011:18).

Pakar sosiologi Everett M. Rogers yang banyak berperan penting dalam riset komunikasi memberikan definisi bahwa “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. Kemudian Rogers dan D. Lawrence Kincaid mengembangkan definisi baru yang mengatakan bahwa komunikasi adalah “suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”. Cangara, (2011:20).

Effendy, (2003:116). Schramm, mendefinisikan komunikasi yaitu “proses penggunaan pesan oleh dua orang atau lebih, dimana semua pihak saling berganti

dua peran, sebagai pengirim dan penerima pesan, sampai ada saling pemahaman atas pesan yang disampaikan oleh semua pihak”.

Pada dasarnya komunikasi adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi jika dalam sebuah situasi terdapat dua orang atau lebih yang melakukan percakapan selama adanya kesepahaman antara penyampai pesan dan penerima pesan maka dapat dikatakan sebagai komunikasi.

Apabila antara komunikator dan komunikan menggunakan bahasa yang sama, tetapi disisi lain memiliki tafsiran yang berbeda maka hal itu belum bisa dikatakan komunikasi yang efektif. Oleh karena itu, komunikasi tergantung pada kualitas untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya. Berkomunikasi disampaikan melalui bahasa verbal dan nonverbal. Paling tidak beberapa alasan orang melakukan komunikasi yaitu untuk membangun hubungan antarpersonal, mempertahankan gagasan, mendapatkan pengetahuan baru dan mempengaruhi orang lain.

B. Konsep Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi merupakan medium penting bagi pembentukan maupun pengembangan pribadi dan kontak sosial. Untuk membedakannya dengan jenis (konteks) komunikasi lainnya maka kita berpatokan pada beberapa aspek antara lain jumlah komunikator dan komunikan, kedekatan fisik, sifat kesegeraan umpan balik, jumlah saluran yang digunakan, derajat formalitas, dan hakikat tujuan komunikasi. Komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang mencakup hubungan manusia yang paling erat.

Littlejohn dalam Tehranian dalam Liliweri (2011:27). Dean Barnlund menawarkan definisi komunikasi antarpribadi dengan kriteria bahwa komunikasi itu berlangsung secara tatap muka, komunikasi menjadi lebih dalam karena jarak fisik yang berdekatan, proses komunikasi terjadi secara “*interdependently*” atau masing-masing pada suatu pihak bergantung atas petunjuk satu sama lain, saling bertukar pesan, pesan melalui kode-kode verbal dan nonverbal, serta komunikasi terjadi tidak terstruktur.

Sebagai kegiatan yang dominan dalam kehidupan sehari-hari, tidaklah mudah untuk memberikan definisi tentang komunikasi antarpribadi agar diterima oleh semua pihak. Ibarat konsep-konsep yang ada dalam berbagai ilmu lainnya, para ahli komunikasi pun memberikan banyak definisi untuk memberikan batasan pengertian dari komunikasi antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi adalah satuan dasar komunikasi dan merupakan sebuah kebutuhan bagi manusia. Manusia senantiasa untuk menjalin hubungan atau kontak sosial dengan sesamanya. Efek timbal balik yang ditimbulkan oleh proses komunikasi antarpribadi itu dapat langsung dirasakan, maka komunikasi tersebut menjadi efektif dalam membentuk opini, sikap, dan perilaku manusia jika dibandingkan dengan tipe komunikasi lainnya.

Pada umumnya komunikasi antarpribadi dilakukan secara tatap muka, sehingga terjadi kontak pribadi antara komunikator dan komunikan. Hal ini yang membuat komunikator dapat secara pasti mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau tidak. Jika tidak, ia bisa memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya guna memperjelas kembali.

Everet M. Rogers mendefinisikan bahwa komunikasi antar pribadi itu ialah komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam setiap interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Wiryanto, (2008:35). Hal yang serupa dikemukakan oleh Deddy Mulyana (2008:81) bahwa komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antar orang-orang yang bertatap muka secara langsung, dengan begitu sangat memungkinkan pula bagi pesertanya untuk menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik itu pesannya secara verbal maupun nonverbal.

Pandangan Joseph A. Devito dalam bukunya *Interpersonal Communication*, Liliweri (2015:26), mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut :

- a. Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan berbagai efek dan umpan balik yang terjadi seketika.
- b. Komunikasi yang menghubungkan antara mitra yang *romantic*, para pengusaha, pekerja kantoran, guru dan murid, dan sebagainya yang meliputi seluruh kehidupan manusia sehingga komunikasi antar pribadi terjadi karena adanya interaksi antarpribadi yang mempengaruhi individu lain dalam berbagai cara.
- c. Interaksi verbal dan nonverbal antara dua orang atau lebih yang saling bergantung satu sama lain dan berkaitan di mana antara mereka sama-sama saling mempengaruhi.

Berdasarkan pemaparan beberapa ahli dapat diartikan bahwa komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih melalui sebuah proses yang meliputi segala bentuk komunikasi baik lisan, tertulis, dan nonverbal. Mereka saling mempengaruhi melalui pesan-pesan yang berisi pikiran, emosi, perilaku diantara mereka. Di mana seseorang dapat bertindak sebagai sumber dan yang lain sebagai penerima serta mereka saling membuka diri satu sama lain.

Komunikasi antarpribadi menurut Everett M. Rogers, Liliweri (1991:13) menyebutkan ciri yang menjadi pembeda antara komunikasi antarpribadi dengan bentuk komunikasi lainnya adalah sebagai berikut :

- a. Arus pesan yang cenderung dua arah.
- b. Konteks komunikasi yang terbuka.
- c. Tingkat umpan balik yang tinggi.
- d. Kemampuan pada mengatasi tingkat selektifitas yang tinggi.
- e. Lamban dalam menjangkau sasaran audiens yang besar.
- f. Efek yang bisa saja terjadi adalah perubahan sikap.

Dalam bukunya Devito (1997:259) memaparkan bahwa untuk mengukur sebuah informasi itu berhasil sangat ditentukan atas sifat dan mutu hubungan diantara pribadi yang saling terlibat serta mengandung lima kualitas umum yang dipeertimbangkan, yaitu : keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), Dukungan (*suportiveness*), sikap positif (*positiveness*), kesetaraan (*equality*).

a. Keterbukaan (*openness*)

Ada tiga aspek untuk mengukur kualitas keterbukaan. *Pertama*, komunikator antarpribadi yang efektif harus secara terbuka kepada komunikannya. Hal ini bukan berarti bahwa orang harus memberitahu semua riwayat hidupnya melainkan harus ada kesediaan untuk mengutarakan informasi yang biasanya disembunyikan. *Kedua*, menitikberatkan pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. *Ketiga*, menyangkut pada aspek kepemilikan perasaan dan pikiran. Maksudnya mengakui bahwa perasaan dan pikiran itu memang miliknya dan harus dipertanggungjawabkan.

b. Empati (*empathy*)

Henry Backrack (dalam Devito, 1997:260) mendefinisikan empati sebagai kemampuan seseorang dalam mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada saat tertentu, dari sudut pandang orang lain tersebut. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, berikut harapan dan keinginan mereka dimasa mendatang. Pengertian yang empatik ini akan membuat seseorang lebih mampu menyesuaikan komunikasinya.

c. Dukungan (*suportiveness*)

Selanjutnya keefektifan hubungan antarpribadi ialah terdapat dukungan (*suportiveness*) didalamnya. Dukungan itu ditandai dengan

adanya sikap (1) deskriptif, bukan evaluatif. (2) spontan, bukan strategik, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

1. Deskriptif ialah mempersepsikan komunikasi itu sebagai permintaan akan informasi atau urain tentang kejadian tertentu dan bukan merasakannya sebagai ancaman. Sebaliknya sikap yang evaluatif cenderung cenderung membuat orang defensif.
2. Seseorang yang spontan dalam komunikasinya dan terbuka dalam mengungkapkan pikirannya biasanya memperoleh reaksi yang sama. Sebaliknya jika seseorang menyembunyikan perasaan yang sebenarnya, maka seseorang itu bereaksi yang cenderung defensif.
3. Bersikap provisional maksudnya berpikiran terbuka dan bersikap tentatif serta bersedia untuk mendengarkan pandangan yang bersebelahan dan bersedia mengubah posisi jika keadaan mengharuskannya. Bila seseorang bersikap yakin tak tergoyahkan dan berpikiran tertutup maka mendorong perilaku defensif pada diri pendengar.

d. Sikap positif (*positiveness*)

Dalam komunikasi antarpribadi sikap positif mencakup dua cara yaitu : (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi lawan pada saat berinteraksi.

1. Sedikitnya sikap positif mengacu pada dua aspek dari komunikasi antar pribadi. *Pertama*, komunikasi antar pribadi terbina jika orang memiliki sikap yang positif pada pribadi mereka. *Kedua*, perasaan

positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif.

2. Pada umumnya dorongan positif berbentuk sanjungan atau penghargaan, dan terdiri atas perilaku yang biasanya kita harapkan. Dorongan ini yang menyokong citra pribadi seseorang dan membuatnya merasa lebih baik.

e. Kesetaraan (*equality*)

Komunikasi antarpribadi akan lebih efektif jika suasananya setara. Maksudnya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak sama bernilai dan berharga, serta masing-masing dari pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

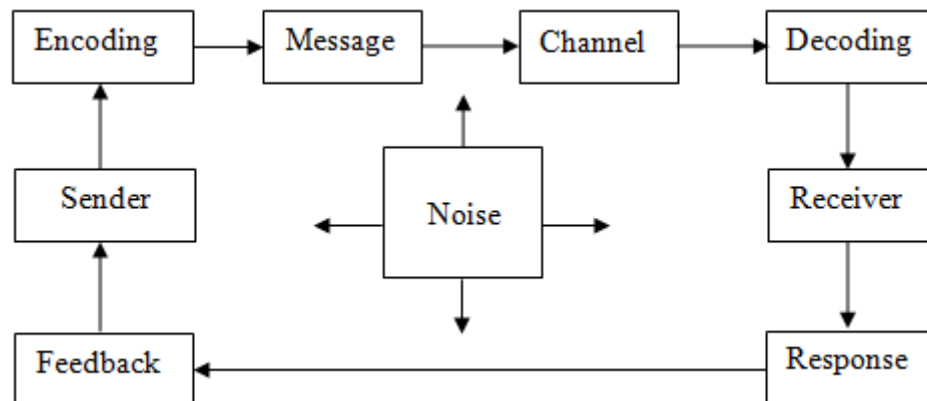
Terjadinya kegagalan komunikasi apabila isi pesan itu dipahami, namun hubungan antara kedua belah pihak menjadi tidak baik. Dikatakan dalam psikologi komunikasi bahwa semakin baik hubungan antarpribadi maka semakin terbuka seseorang untuk mengungkapkan dirinya sehingga komunikasi yang berlangsung efektif terjadi antara pelaku komunikasi.

Efektifitas komunikasi ditandai dengan hubungan personal dan emosional yang baik. Kegagalan komunikasi terjadi jika kita memahami isi pesan, tetapi hubungan diantara komunikan menjadi rusak. Seseorang yang berada dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan dirinya, maka orang tersebut akan merasa senang dan terbuka. Namun sebaliknya apabila berkumpul dengan orang yang dibencinya, maka itu akan membuat seseorang merasa canggung. Dengan

demikian seseorang tersebut akan menutup diri dan menghindari atau dengan segera ingin mengakhiri komunikasi tersebut (Rakhmat,2003:119).

Keampuhan komunikasi antarpribadi dalam mengubah sikap, kepercayaan opini, dan pelaku komunikasi seringkali digunakan untuk menyampaikan komunikasi persuasif yakni teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang berupa ajakan. Ketika menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*) mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan pada ekspresi dan gaya bicara. Jika umpan balik yang ada positif artinya tanggapan itu bersifat baik, individu akan mempertahankan gaya komunikasinya. Sebaliknya jika tanggapan komunikasi negatif, maka individu akan mengubah gaya komunikasi hingga komunikasi itu berjalan dengan baik.

Oleh karena komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka, maka terjadilah kontak pribadi antara komunikator dan komunikan. Dengan demikian setiap pelaku komunikasi secara otomatis akan melakukan empat tindakan yaitu membentuk, menyampaikan, menerima dan mengolah pesan. Tindakan ini secara pasti berlangsung secara berurutan dan membentuk pesan yang menciptakan ide atau gagasan dengan tujuan tertentu.



Gambar 2.1: Unsur-unsur Komunikasi Antarpribadi
 Sumber : Effendy,2013:18

Ada beberapa unsur penting yang patut dimiliki oleh setiap bentuk komunikasi antarpribadi, yaitu :

a. Sumber (*sender*)

Seorang komunikator yang bertindak sebagai tempat asal atau pengirim informasi, menjadi sumber yang memulai proses komunikasi.

b. *Encoding*

Perumusan pesan yang berlangsung dalam pikiran komunikator, di mana komunikator tidak hanya menerjemahkan maksud pesan (ide, pikiran, informasi) ke dalam pesan tetapi juga memutuskan media yang menjadi saluran pesan itu sendiri.

c. Pesan (*message*)

Merupakan ide, pikiran, atau perasaan yang ingin disampaikan oleh sumber kepada penerima yang diwakili oleh lambing-lambang verbal dan nonverbal.

d. Saluran (*channel*)

Sarana di mana pesan pesan bergerak dari sumber kepada penerima, bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya, dari satu orang kepada orang lainnya yang berfungsi sebagai alat transportasi.

e. *Decoding*

Proses yang dilakukan oleh penerima pesan (*decoder*) untuk menyandi pesan itu sesuai dengan apa yang ia terima.

f. Penerima (*receiver*)

Orang yang menerima pesan (dalam bentuk frasa kata dan kalimat) dan menerjemahkannya kedalam makna tertentu.

g. *Noise*

Gangguan dapat bersumber dari pengirim (pengetahuan, kemampuan, budaya), pesan (menggunakan kata yang tidak jelas), pemilihan saluran yang tidak sesuai oleh pelaku komunikasi, penerima (pengetahuan, kemampuan, budaya), gangguan pada lingkungan.

h. Umpan balik (*feedback*)

Reaksi atau respon yang diberikan penerima terhadap pesan dari pengirim. Reaksi itu bisa berbentuk verbal dan nonverbal.

i. Konteks

Komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa tetapi berada di dalam konteks tertentu di mana komunikasi itu berlangsung. Menerangkan tentang situasi dan kondisi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi.

C. Konsep Diri

Konsep diri merupakan gambaran yang sangat individu, dinamis, dan evaluatif yang setiap orang mengembangkan didalam transaksinya dengan lingkungan kejiwaannya serta yang dia bawa dalam perjalanan hidupnya. Konsep diri adalah apapun yang kita pikirkan, pendapat orang tentang diri kita, dan seperti apa diri yang kita inginkan.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia istilah “konsep” memiliki arti gambaran, proses atau hal-hal yang digunakan oleh akal budi untuk memahami sesuatu. Istilah “diri” berarti bagian-bagian dari individu yang terpisah dari yang lain. Konsep diri dapat diartikan sebagai gambaran seseorang mengenai dirinya sendiri atau penilaian terhadap dirinya sendiri.

Burn menggambarkan konsep diri sebagai kesan pada diri sendiri secara menyeluruh yang mencakup pendapat terhadap diri sendiri, pendapat tentang gambaran diri di mata orang lain, dan pendapatnya mengenai hal-hal yang dicapai. Sedangkan Hurlock memaparkan bahwa konsep diri merupakan gambaran individu mengenai dirinya sendiri yang merupakan gabungan dari kenyataan fisik, psikologis, sosial, emosional, dan prestasi yang dicapainya, Ghufon & Risnawati (2010:13).

Konsep diri memengaruhi cara individu memandang realitas. Konsep diri mengacu pada persepsi individu terhadap dirinya sendiri. Orang-orang yang menganggap dirinya dipercayai orang lain akan cenderung menganggap orang lain dan hubungan-hubungan yang sudah dan akan terjalin pasti berdampak positif. Orang itu juga cenderung lebih suka mendapat pujian dan penghargaan

dari orang lain terhadap dirinya. Sebaliknya, orang yang menganggap diri mereka tidak disukai orang lain akan cenderung merasa bahwa hubungan yang ada mungkin berpotensi tidak baik.

Oleh karena setiap orang melakukan tindakan dilandasi dengan konsep diri, maka dari itu konsep diri merupakan faktor yang menentukan dalam komunikasi antar pribadi. Misalnya, saya akan tersinggung ketika seseorang memaki saya. Meskipun saya tahu bahwa teman saya yang bernama Budi sering dipanggil “gendut”, saya tetap memanggil dengan nama aslinya. Jadi kalau saya tidak suka dipanggil dengan nama ejekan, maka saya juga tidak akan memanggil teman saya dengan nama ejekannya.

Konsep diri merupakan evaluasi individu mengenai dirinya sendiri, penilaian atau penaksiran mengenai diri sendiri oleh individu bersangkutan, konsep diri terbentuk karena adanya interaksi dengan orang disekitarnya, Pardede (2008:148).

Dalam komunikasi antarpribadi, konsep diri menjadi hal yang penting. Pada tiap-tiap orang akan bertindak laku sesuai konsep dirinya. *Self fulfilling prophecy* adalah seseorang yang perilakunya cenderung sesuai dengan konsep pribadinya.

Konsep diri terbentuk melalui proses belajar sejak masa pertumbuhan seorang manusia dari kecil hingga dewasa. Lingkungan, pengalaman dan pola asuh orang tua turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap konsep diri yang terbentuk.

Terdapat lima komponen yang menunjang konsep diri menurut Sunaryo (2004:33), yaitu gambaran diri (*body image*), ideal diri (*self ideal*), harga diri (*self esteem*), peran diri (*self role*), identitas diri (*self identity*). Penjabarannya sebagai berikut :

a. Gambaran diri (*body image*)

Sikap individu terhadap tubuhnya, baik itu secara sadar maupun tidak sadar yang ditujukan terhadap dirinya. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu.

b. Ideal diri (*self ideal*)

Persepsi individu tentang perilakunya, disesuaikan dengan standar pribadi yang terkait dengan cita-cita, harapan, keinginan, dan nilai yang ingin dicapai. Ketika ideal diri seseorang sesuai persepsinya tentang diri sendiri, orang tersebut cenderung tidak ingin berubah dalam kondisi itu. Sebaliknya jika ideal diri tidak sesuai orang tersebut akan terpacu untuk memperbaiki dirinya.

c. Harga diri (*self esteem*)

Penilaian pribadi seseorang terhadap hasil yang dicapainya dengan cara menganalisis seberapa jauh perilaku individu tersebut sesuai dengan ideal diri.

d. Peran diri (*self role*)

Harapan mengenai bagaimana seseorang berperilaku sesuai dengan posisinya di masyarakat.

e. Identitas diri (*self identity*)

Kesadaran akan diri pribadi yang bersumber dari pengamatan dan penilaian yang jelas meliputi sejumlah tujuan yang ingin dicapai, nilai, dan kepercayaan yang dipilih oleh individu tersebut.

Dasar dari perilaku seseorang terdapat dalam konsep diri, oleh sebab itu konsep diri memegang peranan penting dalam penentu keberhasilan individu. Dengan memiliki konsep diri positif, maka individu itu dapat melihat potensi baik atau buruk dari dirinya. Mempunyai harga diri yang sesuai serta memiliki identitas diri yang jelas sehingga individu akan peka terhadap dirinya dan lingkungan sekitarnya. Tingkah laku tidak dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman masa lalu dan saat ini, tetapi makna pada masing-masing individu ikut mempengaruhi.

Tafsiran individu terhadap suatu peristiwa banyak dipengaruhi oleh sikap dan pandangan individu terhadap dirinya sendiri. Tafsiran negatif terhadap pengalaman disebabkan akan pandangan dan sikap negatif terhadap dirinya sendiri, begitupun sebaliknya tafsiran positif terhadap pengalaman disebabkan akan pandangan dan sikap positif terhadap dirinya.

Selanjutnya konsep diri positif dapat memahami dan menerima fakta yang beragam tentang dirinya sendiri, karena secara mental individu dapat menyerap semua informasi tersebut, tidak satu pun dari informasi itu yang menjadi ancaman baginya. Konsep diri positif sangat besar untuk menampung pengalaman seseorang, evaluasi mengenai dirinya sendiri menjadi positif, dan menerima dirinya dengan keadaan apapun.

Pada umumnya konsep diri negatif memiliki dua tipe, yang pertama pandangan individu mengenai dirinya sendiri benar-benar tidak teratur dan labil. Individu ini tidak mengetahui kelemahan dan kekuatan dalam dirinya. Kedua, pandangan individu tentang dirinya sendiri terlalu stabil dan teratur. Hal ini dipicu karena individu dididik dengan cara yang keras, sehingga secara otomatis tercipta citra diri yang tidak mengijinkan adanya penyimpangan dari aturan yang dalam pikirannya merupakan cara hidup yang tepat.

Konsep diri didasarkan atas keyakinan diri mengenai pendapat orang yang penting dalam kehidupan mereka, yaitu orang tua, guru dan teman sebaya, tentang diri mereka. Jadi konsep diri merupakan “bayangan cermin”. Bila seseorang yakin bahwa orang-orang yang penting baginya menyenangkan mereka, maka mereka akan berpikir secara positif tentang diri mereka, dan sebaliknya.

Dimensi-dimensi dalam konsep diri menurut Fitts dalam buku Hendriati (2009:137) membagi konsep diri dalam dua dimensi pokok, yaitu sebagai berikut:

1. Dimensi internal penilaian yang dilakukan oleh individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan dunia dalam dirinya. Dimensi ini terdapat tiga bentuk, yaitu:
 - a. Diri identitas (*identity self*) bagian ini adalah yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada pertanyaan “siapa saya” dalam pertanyaan tersebut terdapat label dan simbol yang diberikan pada diri terhadap individu-individu yang bersangkutan untuk menggambarkan dan membangun identitasnya. Seiring dengan bertambahnya usia dan interaksi dengan lingkungannya, pengetahuan individu mengenai

dirinya juga meningkat, sehingga ia dapat melengkapi keterangan tentang dirinya menyangkut hal-hal yang universal.

- b. Diri pelaku (*behavioral self*) merupakan persepsi individu menyangkut tingkah lakunya, yang berisikan segala kesadaran mengenai apa yang dilakukan oleh diri sendiri. Bagian ini juga berkaitan erat identitas diri. Diri yang kuat menunjukkan keserasian antara identitas diri dengan perilaku dirinya.
- c. Diri penerimaan / penilaian (*judging self*) berfungsi sebagai pengamat, penentu standar, dan evaluator. Kedudukannya ialah menjadi perantara (mediator) antara diri identitas dan diri pelaku.

Penilaian timbul dari apa yang dipersepsikan manusia. Oleh sebab itu label yang dikenakan pada dirinya bukan semata-mata sebagai penggambaran dirinya, tetapi juga syarat dengan nilai-nilai. Kemudian penilaian ini lebih berperan terhadap penentu tindakan yang akan ditampilkannya.

Perilaku diri menentukan kepuasan seseorang akan dirinya atau seberapa jauh seseorang menerima dirinya. Kepuasan yang rendah menimbulkan harga diri yang rendah dan akan mengembangkan ketidakpercayaan yang mendasar pada dirinya. Sebaliknya, individu yang memiliki kepuasan diri yang tinggi, kesadaran dirinya lebih realistis, sehingga lebih memungkinkan individu yang bersangkutan untuk melupakan keadaan dirinya dan memfokuskan energi serta perhatiannya ke luar diri yang pada akhirnya dapat berfungsi lebih konstruktif.

2. Dimensi eksternal yaitu individu menilai dirinya melalui hubungan dan aktifitas sosialnya, nilai-nilai yang dianutnya, serta hal-hal lain di luar dirinya. Dimensi ini bersifat umum bagi semua orang dan dibedakan menjadi lima bentuk :

- a. Diri fisik (*physical self*), menyangkut tentang persepsi seseorang terhadap keadaan dirinya secara fisik. Hal ini berupa persepsi seseorang mengenai kesehatan, penampilan, dan keadaannya tubuhnya.
- b. Moral-etika diri (*morality-ethical self*), menyangkut persepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standar pertimbangan nilai moral dan etika. Menyangkut persepsi seseorang mengenai hubungan dengan Sang Pencipta, kepuasan seseorang akan kehidupan keagamaannya dan nilai moral yang dipegangnya.
- c. Diri pribadi (*personal self*), menyangkut perasaan atau persepsi seseorang tentang keadaan pribadinya. Hal ini dipengaruhi oleh sejauh mana individu merasa puas terhadap pribadinya.
- d. Diri keluarga (*family self*), dimensi ini menunjukkan perasaan dan harga diri seseorang dalam kedudukannya sebagai anggota keluarga. Hal ini menyangkut peran dan fungsi seseorang yang dijalankannya sebagai anggota keluarga.
- e. Diri sosial (*social self*), menyangkut penilaian individu terhadap interaksi dirinya dengan orang lain maupun dengan lingkungan sekitarnya.

Dalam dimensi eksternal ini, penilaian bagian-bagian dirinya dapat dipengaruhi oleh penilaian dan interaksinya dengan orang lain. Individu tidak dapat menilai secara langsung bahwa ia memiliki penampilan fisik yang baik tanpa adanya reaksi dari orang lain yang berpikiran serupa. Demikian pula individu tidak dapat menilai pribadinya baik tanpa adanya reaksi dari orang lain yang juga berpikiran serupa. Keseluruhan bagian diri ini, baik internal maupun eksternal saling berinteraksi dan membentuk kesatuan untuk menjelaskan hubungan kedua dimensi tersebut.

D. Citra Diri

Citra diri adalah sikap individu terhadap tubuhnya baik itu secara sadar maupun tidak sadar. Cakupan sikap ini berupa persepsi dan perasaan mengenai ukuran bentuk, fungsi, penampilan, dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu. Citra diri sering juga disebut dengan istilah *self image*, *body image*, citra tubuh, dan gambaran tubuh, Widayatun (1999:226).

Citra diri menjadi landasan bagi kepribadian kita. Citra diri merupakan buah pikiran kita tentang diri kita sendiri. Terbentuk akan berbagai pengalaman, keberhasilan, kegagalan, dan tanggapan dari orang lain atas diri sendiri. Citra diri terbentuk sejak permulaan hidup seseorang, tertanam dalam pikiran bawah sadar oleh pengaruh orang lain, pengaruh lingkungan, pengalaman masa lalu, atau sengaja ditanamkan oleh pikiran sadar.

Peranan kehidupan seseorang sangat dipengaruhi oleh citra diri, karena citra merupakan "*blueprint*" bagi seseorang dan cenderung menjelma ke alam nyata serta prestasi seseorang dibatasi oleh citra dirinya. Citra diri dipengaruhi

oleh performa kita sendiri. Sementara citra diri memengaruhi perilaku dan perilaku memengaruhi performa. Citra diri dapat membatasi prestasi kita, apa yang dapat dan tidak dapat dilakukan. Dengan kata lain kita dibatasi hanya oleh keterbatasan citra diri.

Sejak lahir individu mengeksplorasi bagian tubuhnya, menerima reaksi dari tubuhnya, menerima stimulus dari orang lain kemudian mulai memanipulasi lingkungan dan mulai sadar dirinya terpisah dari lingkungan. Perkembangan mammae, menstruasi, perubahan suara, pertumbuhan bulu, semua akan menjadi bagian dari gambaran tubuh.

Terbentuknya citra diri dipengaruhi oleh persepsi seseorang mengenai tubuhnya, baik secara internal maupun eksternal. Persepsi ini menyangkut perasaan dan sikap yang ditunjukkan pada tubuh. Citra diri juga dipengaruhi oleh pandangan seseorang mengenai segala yang ia miliki pada dirinya baik itu kemampuan fisik dan karakteristik oleh persepsi dari sudut pandang orang lain.

Orang terdekat didalam kehidupan memberikan dampak yang sangat berpengaruh dan bermakna pada citra diri seseorang. Label yang diletakkan pada seseorang mengenai julukan yang menyangkut penampilan fisik atau pada bagian tubuhnya ikut mempengaruhi citra diri individu.

Dari uraian diatas, faktor utama yang paling mempengaruhi perkembangan citra diri adalah sebagai berikut :

- a. Jenis kelamin (*gender*). Faktor ini menjadi yang paling penting dalam perkembangan citra diri seseorang. Pria lebih cenderung menggunakan

tubuhnya dengan aktif agar dapat menunjang aktifitasnya, sedangkan perempuan lebih memandang tubuhnya dari aspek estetika.

- b. Lingkungan. Dalam lingkungan keluarga, orang tua menjadi model yang penting dalam proses sosialisasi sehingga mempengaruhi citra diri seorang anak. Dalam lingkungan pergaulan, teman sebaya merupakan tempat seseorang untuk berinteraksi yang terbesar setelah keluarga. Sehingga mempengaruhi persepsi yang berhubungan dengan popularitas antara teman sepergaulan dan menjadi prediksi kuat adanya kepuasan dan ketidakpuasan terhadap tubuhnya.
- c. Media massa. Peran iklan televisi, majalah, dan media massa lainnya juga mempengaruhi terbentuknya akan persepsi dari citra diri yang positif maupun negatif. Media massa menyajikan standar kecantikan atau ketampanan seseorang yang baik adalah menurut apa yang tersedia di media massa. Sehingga seseorang yang memiliki karakter atau bentuk fisik yang berbeda dengan standar media massa cenderung membuat citra dirinya negatif, begitupun sebaliknya jika karakter atau bentuk fisik seseorang ideal dengan standar di media massa maka cenderung membuat citra diri yang positif.
- d. Penampilan fisik. Keadaan fisik mempengaruhi citra diri seseorang, keadaan yang demikian sering dibandingkan dengan keadaan orang lain. Umumnya hal ini menyangkut derajat kekurusan dan kegemukan, seseorang dengan badan berlebih akan merasa tidak puas dengan citra tubuhnya dan begitupun sebaliknya. Ketidakpuasan yang

timbul tidak hanya dikarenakan berat badan tetapi juga harapan untuk memiliki tubuh yang ideal. Hal ini dianggap penting terutama bagi orang yang mementingkan penampilan.

Seseorang selalu merasa tidak puas dengan bentuk dan ukuran tubuhnya, hal ini dapat terlihat bahwa perhatian individu dalam menilai penampilan dirinya ataupun orang lain selalu tertuju pada bagian tubuh dan keseluruhan bagian tubuh. Berdasarkan hal ini lah objek dan aspek citra diri meliputi :

- a. Bagian-bagian tubuh : seperti lengan, perut, kaki, paha, wajah, rambut, ukuran dada, gigi, mata, hidung, dan lain-lain.
- b. Keseluruhan tubuh : meliputi tinggi badan, berat badan, proporsi tubuh, warna kulit, dan penampilan fisik.

Pengukuran berdasarkan kedua aspek diatas akan menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan individu terhadap bentuk-bentuk khusus dari tubuhnya. Kepuasan akan menghasilkan citra diri yang positif, sedangkan ketidakpuasan akan menghasilkan citra diri negatif .

Perbedaan citra diri sering dihubungkan dengan tingkat harga diri dan tingkat depresi individu. Individu yang memiliki cira diri positif cenderung memiliki harga diri yang lebih tinggi serta kecenderungan depresi yang rendah dibandingkan dengan invidu yang memiliki citra diri negatif. Untuk lebih jelasnya berikut penjelasan respon dari citra diri :

- a. Citra diri positif. Gambaran atau anggapan seseorang menyangkut dirinya sendiri dan bersifat positif. Orang yang memiliki citra diri positif pada umumnya memiliki semangat yang tinggi, penuh percaya

diri dalam mencoba hal baru dan tidak takut untuk gagal karena merasa dapat bangkit kembali. Berorientasi pada ambisi yang kuat dan mampu menentukan sasaran hidup yang jelas. Dasar dari citra diri ini adalah adanya penerimaan diri, hal ini disebabkan orang yang memiliki citra diri positif berarti dapat mengenal dirinya dengan baik.

- b. Citra diri negatif. Gambaran atau anggapan seseorang menyangkut dirinya sendiri dan bersifat negatif. Orang yang dengan citra diri negatif kurang memiliki dorongan dan semangat hidup, tidak berani untuk melakukan hal baru serta selalu khawatir untuk berbuat kesalahan dan ditertawakan orang lain. Citra diri ini tertanam didalam diri seseorang akibat pengaruh dari lingkungannya, orang lain, keluarga, atau pengalaman masa lalu yang membekas dalam dirinya.

D. Konsep Komunikasi Verbal dan Nonverbal

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah sebuah kegiatan komunikasi antara individu atau kelompok yang dilakukan secara sadar dan menggunakan bahasa sebagai alat manusia untuk berhubungan dengan manusia lain. Bahasa itu sendiri memiliki tiga fungsi, yaitu penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan secara tatap muka antara komunikator dan komunikan, seperti ngobrol dan berpidato. Selain itu juga dapat dilakukan dengan media seperti radio, televisi, dan telepon. Komunikasi verbal

melalui tulisan dilakukan secara tidak langsung antara komunikator dan komunikan. Proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan perantara surat, memo, buku, lukisan, grafik, dan gambar.

Ada tiga teori yang membicarakan sehingga orang bisa memiliki kemampuan berbahasa. Teori pertama disebut *Operant Conditioning* yang dikembangkan oleh BF. Skinner. Teori ini menekankan unsur rangsangan (*stimulus*) dan tanggapan (*response*). Dalam teori ini menyatakan jika suatu organisme dirangsang oleh stimuli dari luar, orang cenderung akan memberikan reaksi. Teori kedua ialah kognitif (*cognitive theory*) yang dikembangkan oleh Noam Chomsky. Teori ini menekankan bahwa kemampuan berbahasa yang ada pada manusia adalah pembawaan biologis yang dibawa dari lahir. Teori ketiga disebut *Meditaing Theory* atau teori penengah. Teori ini dikembangkan oleh Charles Osgood yang menekankan bahwa manusia dalam mengembangkan kemampuan berbahasanya tidak saja bereaksi terhadap stimuli yang diterima dari luar, tetapi juga dipengaruhi oleh proses internal yang terjadi dalam dirinya, Cangara (2011:103).

Efektifitas komunikasi verbal bergantung pada ketepatan penggunaan kata-kata atau kalimat dalam mengungkapkan sesuatu. Proses komunikasi akan berlangsung dengan baik jika komunikan dapat menafsirkan dengan tepat apa yang disampaikan oleh komunikator melalui penggunaan bahasa. Ketepatan dalam penggunaan kata-kata yang menyusun kalimat menjadi faktor penentu kelancaran proses komunikasi. Struktur kalimat yang baik akan menyebabkan proses komunikasi yang efektif, begitupun sebaliknya jika struktur komunikasi

yang digunakan berantakan dan bertele-tele akan menyebabkan proses komunikasi menjadi tidak efektif.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan proses komunikasi di mana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Dengan komunikasi ini seseorang dapat mengekspresikan perasaannya melalui gerakan isyarat dan ekspresi wajah. Tiap gerakan tubuh yang kita buat dapat mewakili sikap hingga keadaan psikologis kita.

Komunikasi nonverbal adalah kegiatan pengoperan atau penyampaian pesan yang tidak menggunakan lambang komunikasi bahasa lisan. Komunikasi nonverbal adalah semua aspek komunikasi selain kata-kata, yang meliputi tidak hanya gerakan dan bahasa tubuh, tetapi juga bagaimana kita mengucapkan kata-kata: infleksi, jeda, nada, volume, dan aksen. Tanda-tanda nonverbal terlihat dari tampilan wajah dan gerakan tangan. Lambang nonverbal digunakan untuk mempertegas lambang verbal, Kurniawati (2014:35).

Menurut Cangara (2011:107) pesan dalam komunikasi nonverbal terdiri dari kode dan simbol nonverbal. Kode nonverbal pada umumnya dapat dikelompokkan beberapa bentuk berikut :

- a. *Kinesics*. Kode nonverbal yang ditunjukkan oleh gerakan-gerakan badan.

Kemudian gerakan badan dibedakan atas lima macam, yaitu :

1. *Emblems* merupakan perilaku nonverbal yang secara langsung menerjemahkan kata atau ungkapan, misalnya mengacungkan ibu jari yang artinya “oke” atau “bagus”.

2. *Illustrators* merupakan isyarat yang dibuat dengan gerakan-gerakan badan yang menjelaskan sesuatu, misalnya besarnya benda atau tinggi rendahnya suatu objek.
 3. *Affect Displays* merupakan isyarat yang terjadi karena adanya dorongan emosional sehingga berpengaruh pada ekspresi wajah. Misalnya tertawa, menangis, cemberut, dan sebagainya.
 4. *Regulators* merupakan gerakan tubuh yang terjadi pada daerah kepala. Misalnya dengan anggukan sebagai tanda persetujuan.
 5. *Adaptory* merupakan gerakan badan yang dilakukan sebagai tanda kekesalan, misalnya mengacungkan jari tengah dan mengepalkan tinju.
- b. Gerakan Mata (*Eye gaze*). Gerakan mata dapat berfungsi untuk memperoleh umpan balik dari lawan bicara, menyatakan terbukanya saluran komunikasi dengan tibanya waktu untuk bicara, sebagai sinyal untuk menyalurkan hubungan, dan sebagai penggati jarak fisik.
- c. Sentuhan (*Haptics*). Perilaku nonverbal yang dilakukan oleh sentuhan badan. Berdasarkan bentuknya sentuhan badan ada tiga macam :
1. *Kinesthetic* merupakan isyarat yang ditunjukkan dengan cara bergandeng tangan, sebagai simbol kedekatan.
 2. *Sociufugal* merupakan isyarat yang ditunjukkan dengan berjabat tangan, saling merangkul, dan berpelukan sebagai simbol persahabatan.

3. *Thermal* merupakan isyarat yang ditunjukkan dengan sentuhan badan yang terlalu emosional sebagai tanda persahabatan yang begitu intim.
- d. *Paralanguage* mengacu pada dimensi vokal tetapi nonverbal dari pembicaraan. Isyarat yang ditimbulkan dari tekanan atau intonasi suara sehingga penerima dapat memahami sesuatu dibalik apa yang diucapkan. Terkadang kesalahpahaman terjadi apabila komunikasi antara pelaku komunikasi memiliki etnis yang berbeda dengan lawan bicaranya.
- e. Diam. Sikap diam mengkomunikasikan berbagai macam arti, bisa berupa sikap positif dan bisa berupa sikap yang negatif. Terkadang simbol nonverbal ini berupa ungkapan malu, cemas, marah, ataupun netral. Untuk memahami sikap ini seseorang harus memahami budaya atau kebiasaan dari orang lain tersebut.
- f. Postur tubuh. Well dan Siegel menggambarkan bentuk tubuh manusia dengan karakternya yang dibagi atas tiga tipe, yaitu :
 1. *Ectomorphy* bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh kurus tinggi. Dilambangkan sebagai orang yang ambisius, pintar, kritis dan sedikit cemas.
 2. *Mesomorphy* bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh tegap, tinggi, dan atletis. Dilambangkan sebagai pribadi yang cerdas, bersahabat, aktif dan kompetitif.
 3. *Endomorphy* bagi mereka yang memiliki bentuk tubuh [endek, bulat, dan gemuk. Dilambangkan sebagai pribadi yang humoris, santai, dan cerdik.

- g. Kedekatan dan ruang (*proximity* dan *spatial*). Suatu cara bagaimana orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi berusaha untuk menggunakan ruang. Edward T. Hall mendefinisikan empat jarak yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ia menjelaskan bahwa kita memilih suatu jarak khusus bergantung bagaimana kita merasakan terhadap orang lain pada situasi tertentu, konteks percakapan, dan tujuan pribadi kita. Keempat jarak yang dimaksud ialah :
1. Wilayah intim (*intimate distance*). Percakapan dalam jarak yang sangat dekat, berlangsung dengan bisikan atau suara yang sangat pelan. Dalam jarak ini orang berkomunikasi secara emosional sangat dekat an dalam situasi yang sangat pribadi.
 2. Wilayah pribadi (*personal distance*). Percakapan dalam jarak dekat di mana proses komunikasi yang berlangsung tertutup, namun percakapannya tidak bersifat pribadi.
 3. Wilayah sosial (*social distance*). Interaksi yang berlangsung dalam jarak jauh, biasanya terjadi pada situasi bisnis.
 4. Wilayah umum (*public distance*). Interaksi yang menggunakan jarak publik, biasanya terjadi dalam kelas atau pada ruang tertentu.
- h. Artifak dan Visualisasi. Terdiri atas pesan yang disampaikan melalui benda hasil karya manusia serta dimaksudkan untuk kepentingan estetika dan menunjukkan status atau identitas diri. Misalnya baju, topi, alat transportasi, maupun dekorasi ruangan.

- i. Warna. Digunakan untuk menunjukkan suasana emosional, cita rasa, bahkan keyakinan agama. Misalnya, warna merah muda sebagai warna feminin, warna biru adalah warna maskulin, warna putih sering bermakna positif, suci, murni, atau bersih.
- j. Waktu (*chronemics*). Orang yang tepat atau tidak tepat waktu yang ingin menunjukkan pesan suka atau tidak atas apa yang dilakukannya
- k. Bunyi. Digunakan untuk mengatasi jarak yang jauh dan menyatakan perintah untuk kelompok orang banyak. Misalnya bersiul, tepuk tangan, beduk, sirine.
- l. Bau (*olfaction*). Digunakan untuk menyampaikan pesan yang mengidentifikasikan keadaan emosional, pencitraan, identitas, dan menarik lawan jenis. Umumnya yang digunakan adalah aroma wewangian.

E. Gaya Hidup Metroseksual

Secara etimologi, kata metroseksual bersal dari metropolitan dan seksual. Metropolitan diambil dari kata *meter* dan *politan*, bahasa Yunani: *meter* adalah ibu, *politan* adalah kota. Sedangkan seksual berasal dari bahasa Latin: *sexus* : jenis kelamin atau gender, Asharfillah (2010:1).

Kata metroseksual lahir pertama kali dalam sebuah artikel yang berjudul “*Here come the mirror men*” yang ditulis oleh Mark Simpson, seorang jurnalis asal Inggris pada tanggal 15 November 1994. Menurut Mark Simpson dalam artikelnya :

Metrosexual is the trait of an urban male of any sexual orientation who has a strong aesthetic sense and spends a great amount of time and money on his appreance and lifestyle.

Pendapat Mark tersebut dapat diartikan bahwa metroseksual adalah ciri dari seorang pria perkotaan yang memiliki orientasi seksual tertentu dengan rasa estetika yang tinggi, serta menghabiskan uang dan waktu dalam jumlah yang banyak demi penampilan dan gaya hidupnya. Hampir serupa dengan Mark Simpson, Hermawan Kartajaya seorang pakar pemasaran Indonesia mendefinisikan metroseksual sebagai pria dandy yang sangat memerhatikan penampilan. Pria tersebut juga semakin emosional, berempati serta mengekspresikan emosi dan perasaannya, Mulyana (2015:41).

Menurut Kartajaya (2006:290) ada beberapa karakter yang terdapat pada pria metroseksual, yaitu :

- a. Lebih menikmati suasana belanja sebagai rekreasi (*pleasure shopping*) daripada belanja karena memang ingin ada yang dibeli (*purpose shopping*).
- b. Memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang baik dengan orang lain.
- c. Lebih senang ngobrol dibanding rata-rata pria lainnya.
- d. Dikelilingi oleh banyak teman wanita.
- e. Seorang yang introspektif, mau berkomunikasi dengan dirinya sendiri.
- f. Memancarkan sosok sensualitas yang lembut, baik terhadap wanita maupun pria lain.

Pria metroseksual dapat diartikan sebagai pria yang hidup ditengah masyarakat metropolitan dengan pendapatan diatas rata-rata. Mereka sangat menjaga penampilan, dan lebih mampu berpikir secara emosional dibanding pria pada umumnya. Pria metroseksual adalah mereka yang meghabiskan sebagian besar pendapatannya untuk mrngikuti tren fashion dan menghabiskan waktu berjam-jam di salon untuk merawat diri. Mereka adalah pria yang tidak takut mengungkapkan emosinya, merasa nyaman berada ditengah-tengah wanita, senantiasa menghargai wanita, serta nyaman bersosialisasi kepada siapa saja.

Metroseksual dapat dikatakan juga *woman-oriented man* atau pria yang kewanita-wanitaan. Pria metroseksual juga memersepsi dirinya sebagai pria yang modern dan mencintai budaya pop. Akan tetapi, mereka bukanlah banci atau *gay*. Sebagian besar mereka justru seorang pria normal dengan keluarga bahagia. Sisi kewanitaan mereka tercermin dari kemampuan komunikasinya yang lebih baik dibanding sebagian besar pria, memiliki persaan yang lebih sensitive, dan yang paling jelas adalah obsesinya terhadap penampilan.

Fenomena metroseksual ini ada salah satunya karena semakin banyaknya wanita yang bekerja. Kehadiran wanita karir ditempat kerja yang sebelumnya lebih banyak didominasi kaum pria menuntut rekan prianya untuk menjaga penampilan, misalnya dengan berpakaian rapi, bertubuh bugar dan wangi.

Selain itu, metroseksual ini juga dipengaruhi oleh kehadiran majalah-majalah pria yang terus menambah jumlah halaman fashion mereka. Semakin banyaknya jumlah halaman di majalah-majalah itu yang menampilkan sosok pria

bertubuh ideal serta menggunakan busana dan aksesoris desain terbaru karya perancang ternama.

Wanita bukan lagi ratu kecantikan karena pria berpenghasilan tinggi yang hidup di kota-kota besar mulai menyukai fashion ternama yang harganya cukup tinggi. Mereka semakin peduli pada kesehatan dan penampilan tubuh dengan rajin berolahraga sehingga pergi ke *fitness* center menjadi kegiatan rutin agar badan mereka tetap kencang dan fit selalu, Asharfillah (2010:42).

Metroseksual terobsesi dengan penampilan prima dari ujung kaki hingga ujung rambut yang terawat bersih. Mereka nyaman berjam-jam di salon untuk melakukan perawatan. Mereka juga rajin mengunjungi spa untuk relaksasi tubuh. Citra metroseksual adalah wangi dan rapi. Tubuh mereka dibalut dengan pakaian yang bermerek dan pas dibadannya. Mereka sangat aktif mengikuti perkembangan mode dengan mengonsumsi beragam majalah mode terbitan mancanegara maupun lokal.

Layaknya perempuan, pria metroseksual memiliki hobi belanja di *mall*, butik, dan mengobrol di kafe. Bagi mereka kafe tidak hanya sekedar mengobrol dan bersantai, tetapi juga sekaligus urusan bisnis. Mereka berlama-lama di *mall* untuk *pleasure shopping*. Pria metroseksual terbiasa hidup di kota besar sehingga mereka sangat *brand minded*. Bahkan, agar tidak tertinggal mode *fashion*, mereka juga berlangganan majalah fashion yang digunakan sebagai acuan gaya metroseksual mereka, Mulyana (2015:75).

Tingkatan metroseksual seorang pria dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu pendapatan, pendidikan dan profesi. Semakin kecil pendapatan seseorang, peluang menjadi pria metroseksual juga semakin kecil. Hal ini disebabkan perlunya biaya yang besar untuk mengikuti gaya hidup pria metroseksual. Mereka perlu berbagai macam produk perawatan diri dan fashion bermerek sehingga untuk memenuhi semuanya itu diperlukan jumlah dana yang besar.

Demikian juga dengan tingkat pendidikan seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin berpotensi lahirnya perilaku dan gaya metroseksual dalam dirinya. Pendidikan akan menentukan tingkat pergaulan. Jika seseorang bergaul dengan kalangan status sosial atas yang bergaya metroseksual maka potensi untuk bergaya metroseksual semakin luas.

Profesi juga menentukan gaya hidup metroseksual dalam diri seseorang. Profesi artis, model, orang-orang yang bekerja di media, pengusaha, dan eksekutif muda jelas membutuhkan penampilan yang rapi dan wangi. Mereka memiliki persepsi dalam dunia bisnis, penampilan menjadi hal penting dan penentu bagi kesepakatan bisnis. Pria yang berpenampilan menarik akan terlihat lebih serius dan tekun daripada pria yang tidak memerhatikan penampilannya.

Meskipun sama-sama pesolek dan pemuja diri sendiri, metroseksual tidak bias disamakan dengan *dandy*. Mark Simpson menyebutkan *dandy* sebagai gaya kaum bangsawan pada abad ke-18. Pasalnya, meski sama-sama rapi, harum, dan gemar menghabiskan waktu di depan cermin, gaya busana para *dandy* cenderung konservatif. Sementara itu, kaum metroseksual justru dicirikan dengan keberaniannya mendobrak aturan dan bereksperimen dengan *fashion*. Kaum

dandy identik dengan para pria bangsawan yang hidup di kerajaan. Dalam orientasi seksual mereka sama-sama tertarik terhadap lawan jenis.

Istilah metroseksual tidak dimaksudkan untuk menggambarkan preferensi seksual, namun lebih pada gaya hidup. Pria metroseksual adalah pria sejati, namun menampilkan diri dengan cara yang berbeda dari pandangan umum mengenai pria selama ini, yaitu bahwa pria memiliki sedikit perhatian pada penampilan.

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Deskripsi Kota Makassar

Kota Makassar mempunyai posisi strategis karena berada di persimpangan jalur lalu lintas dari arah selatan dan utara dalam propinsi di Sulawesi, dari wilayah kawasan Barat ke wilayah kawasan Timur Indonesia dan dari wilayah utara ke wilayah selatan Indonesia.

Kota Makassar yang berperan sebagai pusat perdagangan dan jasa, pusat kegiatan industri, pusat kegiatan pemerintahan, simpul jasa angkutan barang dan penumpang baik darat, laut maupun udara dan pusat pelayanan pendidikan dan kesehatan. Sebagai pusat perkembangan kota Makassar beberapa tahun belakangan ini bisa dikatakan sangat pesat, ini terlihat dari pembangunan infrastrukturnya dan perekonomiannya yang makin meningkat dan tidak kalah dengan kota-kota metropolitan lainnya seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya.

Perkembangan Kota Makassar yang sangat pesat ini dipengaruhi oleh letak geografis Kota Makassar yang berada di tengah-tengah Negara Republik Indonesia bahkan Kota Makassar telah ditetapkan sebagai *Center Point Of Indonesia* pada tahun 2012 yang lalu. Kota Makassar juga sekaligus menjadi pintu gerbang Indonesia bagian Timur, dimana pembangunan dan perekonomian kawasan Timur Indonesia difokuskan di Kota Makassar.

Hal ini membuat Kota Makassar mendapat predikat sebagai kota Metropolitan dengan segala bentuk masyarakat, kebudayaan dan gaya hidup urban yang dijalani masyarakat kota yang sering disebut sebagai kota Daeng ini.

Perkembangan Kota Makassar sebagai kota metropolitan juga diikuti oleh meningkatnya gaya hidup para masyarakat yang tinggal di kota yang terkenal dengan julukan Kota Daeng ini. Gaya hidup yang makin berkembang beberapa tahun belakangan ini adalah gaya hidup metroseksual. Di Kota Makassar yang dahulu terkenal dengan pria-pria berani, gagah dan perkasa justru semakin lama semakin dipenuhi oleh pria-pria rapih, yang sangat memperhatikan detail penampilan dan berbau wangi khas pria metroseksual.

B. Metroseksual Di Kota Makassar

Pria sebagai makhluk yang cuek dengan penampilan mulai terkikis sedikit demi sedikit. Saat ini, makin banyak pria yang *stylish* dan mendandani dirinya agar tampil lebih menarik. Mulai dari rajin mengunjungi *fitness center*, hobi berbelanja, hingga melakukan perawatan di salon adalah beberapa ciri khas dari metroseksual.

Menurut Hermawan Kartajaya pada Suara Merdeka Online (Juli, 2004), gejala metroseksual ini sebenarnya sudah mulai dua-tiga tahun lalu, ketika mulai bermunculan gerai atau toko kebutuhan pria di mal-mal. Dulu, kebanyakan tempat fashion pria itu berdiri sendiri seperti butik-butik pakaian, bukan di mal, karena pria tidak suka ke mal. Munculnya gerai-gerai pria dan produk-produk kosmetik untuk pria di mal-mal yang terbuka merupakan penanda terjadinya pergeseran sikap dan pandangan para pria terhadap kebutuhan. Munculnya pria metroseksual ini salah satu penyebabnya adalah karena makin banyak wanita yang bekerja. Kehadiran wanita karier di tempat kerja yang sebelumnya lebih banyak didominasi kaum pria tentu menuntut rekan prianya untuk juga menjaga penampilan, misalnya dengan berbusana rapi, bertubuh bugar dan berbau harum.

Sebagai pria metroseksual, salah satunya adalah aktor dan mantan model Ferry Salim. Sejak awal memasuki dunia hiburan Ferry Salim sudah melabeli diri pria yang mengikuti tren, ia kerap tampil dengan perlente dan klimis. Dari penampilan dan cara berpakaianya memang sangat mewakili gaya pria metroseksual. Bisa dikatakan bahwa Aktor berdarah Palembang ini sebagai *icon* pria metroseksual di Indonesia.

Dahulu hanya segilintir pria yang bergaya metroseksual. Tapi, efek media massa membawa pria yang berada di kehidupan metropolitan di penjuru dunia, mulai terayu dengan gaya hidup ini. Kehidupan metropolitan telah menuntut para pria untuk mengikuti

tata cara metropolis *universal* seperti etika di acara formal, *table manners*, dan tentu saja tentang gaya hidup dan mode.

Kehadiran pria metroseksual di kota Makassar memberikan nuansa tersendiri dalam dinamika sosial masyarakat di kota Makassar. Masyarakat kota Makassar pada umumnya bisa menerima kehadiran mereka. Dalam pergaulan di masyarakat kota Makassar mereka bisa diterima dengan baik, bahkan banyak dari mereka yang mendominasi pergaulan itu. Pria metroseksual sering dianggap sebagai kaum yang eksklusif dan berkelas karena penampilan mereka yang sangat menonjolkan sisi kemewahan, narsistik dan hedonisme. Tapi walaupun mereka mampu mengambil tempat dan diterima ditengah-tengah masyarakat Kota Makassar, ada yang menganggap mereka sebagai pria yang memiliki penyimpangan seksual atau homoseksual atau *gay*.

1. Ciri-Ciri Metroseksual

Pria metroseksual adalah pekerja keras, tetapi tidak melupakan kesenangan hidup. Pria metroseksual terkenal “cantik”, wangi, pesolek, percaya diri, tampan, dan matang baik secara ekonomi, mental, perilaku, maupun secara penampilan. Pria metroseksual bisa dijumpai dengan mudah di tempat-tempat seperti kafe, rumah makan, *coffee shop*, klub malam dan terkadang di bioskop. Menurut Kartajaya (2004 : 9), Ciri-ciri metroseksual yaitu :

- a. Pada umumnya hidup dan tinggal di kota besar di mana hal ini tentu saja berkaitan dengan kesempatan akses informasi, pergaulan, dan gaya hidup yang dijalani dan secara jelas akan mempengaruhi keberadaan mereka.
- b. Berasal dari kalangan berada dan memiliki banyak uang karena banyaknya materi yang dibutuhkan sebagai penunjang gaya hidup yang dijalani.
- c. Memilih gaya hidup urban dan hedonis.
- d. Secara intens mengikuti perkembangan *fashion* di majalah-majalah mode pria agar dapat mengetahui perkembangan *fashion* terakhir yang mudah diikuti.

- e. Umumnya memiliki penampilan yang klimis, dandy dan sangat memperhatikan penampilan serta perawatan tubuh.
- f. Tertarik pada perawatan tubuh.
- g. Menikmati berbelanja sebagai suatu kesenangan daripada hanya karena kebutuhan.
- h. Mengekspresikan sensualitasnya secara lebih lembut baik pada kaum wanita maupun sesama pria.
- i. Tidak setuju dengan keterbatasan gender yang tradisional, memiliki sisi feminin, introspektif, dan lebih intuitif.
- j. Merasa nyaman dengan maskulinitasnya sehingga tidak merasa terancam terhadap pandangan orang luar.
- k. Dikelilingi teman wanita-wanitanya tanpa perlu berhubungan seks.
- l. Selalu ingin tampil rapi, bersih, wangi, sensitif dan mengerti perasaan wanita.
- m. Rajin ke salon, bahkan bisa sampai 2 kali seminggu, mengenal merk terkenal dengan baik.
- n. Mampu berbelanja selama berjam-jam tanpa merasa lelah, berpikiran lebih liberal dan santai.
- o. Tidak seperti pada pria umumnya yang lebih otoriter dan membedakan status

2. Metroseksual dan Salon / *Barbershop*

Metroseksual yang muncul dengan penampilan rapi dan klimis identik dengan perawatan, baik perawatan rambut dan tubuh. Bahkan seorang pria metroseksual rela mengeluarkan dana yang besar ke salon atau *barbershop* demi memperoleh hasil atas nama penampilan. Terkadang dana yang dikeluarkan mencapai angka yang tidak sedikit. Bukannya tidak fantastis jika hanya demi perawatan rambut atau tubuh yang biasanya bisa dilakukan seorang diri ketika sampai disalon menjadi lain karena si pria metroseksual terlebih kaum profesional seperti artis, eksekutif muda dan sejenisnya rela merogoh kocek jutaan rupiah. Sebuah angka yang cukup besar bagi pria kebanyakan. Di *barbershop* untuk sekedar mencuci rambut dan hair styling hal ini pun bisa dilakukan.

Mereka memperhatikan penampilan pribadi untuk kepuasan yang sifatnya lebih personal, menimbulkan sensasi percaya diri yang lebih tinggi semacam stimulus untuk tampil lebih *fresh*. Selain itu metroseksual menyadari bahwa penampilan dirinya ikut dinilai dan memiliki pengaruh yang cukup signifikan dilingkungan kerja. Saat ini banyak perusahaan tidak hanya sekedar menjual produk atau jasa namun juga performa karyawannya. Walaupun ini bukan menjadi motif utama tapi bagi mereka karena kebanyakan melakukan perawatan penampilan untuk meningkatkan rasa percaya diri.

3. Metroseksual dan Pusat Kebugaran

Pada dasarnya para pria metroseksual dengan berbagai aktivitas yang dikerjakan membuat seorang pria metroseksual tidak memiliki waktu banyak untuk berolahraga di pagi hari atau *jogging* di sore hari. Pria metroseksual dikenal sebagai pria pekerja keras sehingga tak banyak waktu yang bisa dipergunakan untuk berolahraga. Padatnya aktivitas mereka dalam sehari membuat mereka memilih pusat kebugaran untuk berolahraga.

Pusat kebugaran atau *fitness center* tersebut banyak sekali alat untuk berolahraga, sebut saja *treadmill* alat yang paling banyak digunakan oleh setiap pengunjung pusat kebugaran. Mereka melatih otot demi penampilan yang sempurna. Dada yang bidang, otot *triceps* dan *biceps* padat berisi, bahu yang tegap dan perut yang *sixpack* atau bahkan hanya sekedar membentuk badan agar enak dipandang apabila mengenakan pakaian apapun. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal diperlukan waktu yang cukup lama karena tidak mungkin mendapatkan hasil yang instan.

4. Metroseksual dan Homoseksual

Jika melihat sekilas akan sulit membedakan antara kaum metroseksual dan homoseksual. Akan tetapi keduanya berbeda, perbedaan paling nyata dapat dilihat dari jenisnya. Metroseksual lebih merupakan suatu gaya hidup. Berbeda dengan homoseksual yang

termasuk jenis perilaku seksual. Perihal yang paling jelas dilihat dalam hal orientasi seksual.

Dalam hal mencintai, pria metroseksual akan mencintai lawan jenis sama derajatnya dengan kecintaannya terhadap diri sendiri. Sedangkan homoseksual (*gay*) juga merawat dirinya sama seperti halnya metroseksual, tetapi biasanya mereka lebih memiliki kecenderungan untuk menyukai sesama jenis (pria) dengan derajat sayang yang lebih tinggi ketimbang rasa sayang pada diri sendiri.. Pria metroseksual senang memakai pakaian pria pada umumnya sedangkan

gay tak jarang mengenakan pakaian yang dikenakan oleh wanita. Seperti contohnya tas yang dijinjing dan memakai '*leging*' ketika berpergian. Metroseksual dalam bergaul tetap pada teman sejenisnya (pria) dan dikelilingi banyak wanita sedangkan *gay* dalam bergaul lebih nyaman bermain dengan lawan jenisnya karena *gay* menganggap lawan jenisnya adalah "sama" dengan mereka.

Dalam berdandan pria metroseksual menggunakan bedak tipis untuk menutupi kekurangan noda diwajahnya dan kadang bedak itu selalu ada didalam tasnya, sedangkan *gay* dalam berdandan tidak hanya menggunakan bedak tetapi juga menggunakan alas bedak, bedak, *lipstik*, *eye-shadow*, *blus-on* dan *mascara*.

Penggunaan bahasa antara keduanya juga berbeda, dalam menggunakan bahasa sehari-hari pria metroseksual lebih senang menggunakan bahasa yang halus namun tegas, tidak suka berbicara kotor atau serampangan. Kedua kaum memiliki manner tersendiri dalam berbicara atau mengobrol dengan lawan bicaranya. Namun kaum homoseksual biasanya lebih sering menciptakan kosakata-kosakata baru dalam pergaulan mereka.

Pria metroseksual mampu berbicara berjam-jam lamanya dibandingkan dengan pria pada umumnya. Sama halnya dengan *gay*, *gay* juga sanggup berbicara ber-jam-jam lamanya seperti para pria metroseksual akan tetapi akan terlihat

perbedaan bahasa yang digunakan oleh *gay* dan metroseksual. Mereka tetap menggunakan bahasa Indonesia, namun kini muncul istilah bahasa gaul. Semua yang terlihat memang harus diteliti lebih jelas lagi. Apabila dilihat sekilas keduanya tak ada bedanya akan tetapi perlu dicermati lagi akan menanggapi antara metroseksual dan *gay*. Tidak semua pria metroseksual adalah *gay* akan tetapi semua *gay* adalah metroseksual. Semua kembalikan pada pilihan individu masing-masing, ingin menjadi pria metroseksual atau menjadi *gay* adalah pilihan masing-masing.

C. *Celebrity Fitness*

Pusat kebugaran semakin berkembang pesat di Indonesia, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pola hidup sehat. Salah satu pusat kebugaran yang cukup populer saat ini *Celebrity Fitness*.

Celebrity Fitness didirikan pada 2003 oleh mantan karyawan dari rantai perusahaan *24 Hour Fitness*, John Franklin, Mike Anderson dan John J. Sweeney. *Celebrity Fitness* adalah perusahaan olahraga pertama pada bidangnya di Indonesia yang mulai beroperasi pada Februari 2004 dengan pembukaan sebuah klub di Jakarta. Hingga saat ini *Celebrity Fitness* memiliki 102 klub yang tersebar di seluruh Indonesia, Malaysia, dan Singapura.

Celebrity Fitness mempunyai konsep yang berada dalam ruangan dengan alat olahraga modern. Umumnya terletak di dalam mal untuk memfasilitasi kombinasi yang menggabungkan kebugaran dan kehidupan normal. Kegiatan olahraga bisa dilakukan dengan nyaman serta dapat membimbing dan membantu member sesuai dengan kebutuhannya.

Berdiri sejak tahun 2014 lalu *Celebrity Fitness* cabang Makassar berlokasi di kawasan Trans Studio Mall 1st floor Jl. HM Dg. Patompo Tanjung Bunga Makassar, beroperasi setiap hari dari pukul 6 AM – 10 PM. Saat ini memiliki 23 jenis kelas kebugaran yang berbeda sesuai dengan kebutuhan para membernya. Bagi tiap membernya diberikan fasilitas alat kelengkapan olahraga, *locker room*, *sauna room*, *shower room*, *restroom*, handuk, dan kelengkapan lainnya.

Sesuai dengan taglinenya “*Every Day I Get Better*”, *Celebrity Fitness* menawarkan pengalaman olahraga yang menyenangkan dan efektif. Dengan berbagai alat bantu dan suasana musik yang selalu memacu adrenalin sehingga menjaga mood agar tetap semangat berolahraga.

Celebrity fitness memiliki tiga jenis keanggotaan yaitu *one club*, merah putih *club*, dan *VIP club*. Untuk *one club* setiap anggota hanya bisa mengakses satu klub saja tempat ia terdaftar sebagai member, sedangkan merah putih *club* memungkinkan setiap anggota mengakses seluruh cabang *Celebrity Fitness* di Indonesia. Adapun *VIP club* memungkinkan setiap anggota untuk dapat mengakses cabang *Celebrity Fitness* di seluruh dunia.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian selama kurang lebih tiga bulan di *Celebrity Fitness* Makassar mengenai citra diri pria metroseksual member *Celebrity fitness* di Kota Makassar. Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini dilakukan dengan menjawab tujuan penelitian yang ada, antara lain untuk mengetahui citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar dan untuk mengetahui tampilan verbal dan nonverbal berdasarkan citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar.

Untuk mengetahui citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar dilakukan melalui tahapan. *Pertama*, menyusun draft wawancara berdasarkan dari unsur-unsur citra diri yang akan ditanyakan kepada narasumber. *Kedua*, melakukan wawancara mendalam dengan masing-masing pria metroseksual yang menjadi informan dari penelitian ini. *Ketiga*, melakukan observasi langsung ke lapangan untuk melihat langsung komunikasi antar pribadi pria metroseksual yang menjadi member *Celebrity Fitness* terhadap lingkungannya. *Keempat*, memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada narasumber. *Kelima*, menganalisis data dari hasil wawancara yang telah dilakukan.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan metode wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan informan sebagai bentuk pencarian data dan observasi langsung di lapangan yang kemudian peneliti analisis.

1. Identitas informan

Informan dalam penelitian ini adalah pria yang tergolong metroseksual dan menjadi member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar. Peneliti memilih informan dari latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan temuan yang beragam.

Informan 1

Randy Kohmar adalah informan pertama yang berusia 23 tahun. Lahir pada tanggal 23 Februari 1993. Lulusan S1 Universitas Atmajaya Makassar jurusan manajemen. Randy adalah seorang wiraswasta muda keturunan tiongkok yang usahanya bergerak dibidang *food catering*, toko *handphone*, dan *wedding organizer*. Menjadi member sejak bulan Juli 2014, awal mula bergabung menjadi member karena ajakan temannya. Menurutnya disana memiliki fasilitas yang lengkap, kelasnya banyak, serta membernya ramah

Randy adalah orang yang gemar berolahraga, sebelum menjadi member di *Celebrity fitness* ia pernah menjadi member di beberapa klub-klub *fitness* lainnya. Pria yang memiliki tinggi badan 176 cm dan berat badan 66 kg ini melakukan *fitness* dengan sangat rutin dalam sepekan sebanyak lima kali. Ia pun rutin mengikuti kelas-kelas yang disediakan *Celebrity Fitness* ataupun hanya sekedar melakukan *fitness* biasa saja.

Selain kegemarannya berolahraga rutin, Randy juga sangat senang untuk menghabiskan waktunya untuk sekedar *hangout* bersama teman-temannya di mall atau kafe.

Informan 2

Informan kedua bernama Soekamto atau yang akrab dipanggil King sebagai sapaannya ini memiliki berat badan 70 kg dan tinggi badan 176 cm. Saat ini berusia 26 tahun dan menempuh pendidikan terakhirnya di Universitas Pelita Harapan Surabaya pada 2014 lalu sebagai Magister Hukum. Sekarang ia menjadi wirausaha yang bergerak dibidang home industry. Menjadi member *Celebrity Fitness* sejak awal dibuka pada tahun 2014. Alasannya memilih *Celebrity Fitness* karena ada kelas-kelas tertentu yang tidak dimiliki oleh klub *fitness* lain dan disana fasilitas yang tersedia lebih lengkap. Dalam sepekan King meluangkan waktu enam kali dihari senin-sabtu untuk pergi ke tempat *fitness* yang berdurasi antara 1-2 jam sehari.

King adalah pria yang sangat memerhatikan penampilan, baginya *first impression* dari orang lain itu timbul pertama kali dari penampilan luar kita. Pekerjaannya sebagai seorang wiraswasta menuntutnya untuk selalu tampil bersih, rapi dan wangi bahkan ia sering pergi ke salon untuk sekedar mencuci dan mengganti model rambut yang sedang *uptodate*.

Informan 3

Informan selanjutnya bernama Mahardika Rivai berusia 30 tahun, seorang kontraktor yang bergerak dibidang jasa. Pria yang akrab disapa Dika ini memiliki berat badan 83 kg dan tinggi badan 178 cm. Dika sudah terdaftar menjadi member

sejak Februari 2016, alasan memilih *Celebrity Fitness* karena alatnya sangat lengkap, kebersihan tempatnya terjaga, serta *trainer-trainer* yang memiliki kualifikasi baik. Menghabiskan 3-4 hari dalam sepekan untuk melakukan *fitness*, biasanya berdurasi 1-2 jam sehari.

Dalam hal berpenampilan Dika adalah seorang pria yang tak tanggung-tanggung dalam mengikuti *trend fashion*, ia selalu mengikuti perkembangan zaman yang *uptodate*, dalam sebulan pasti selalu menyempatkan untuk *shopping* baik itu membeli baju atau sekedar membeli parfum baru. Untuk perawatan wajah Dika memilih klinik kecantikan untuk melakukan perawatannya, ia pun tidak merasa canggung untuk berkunjung ke tempat itu karena baginya seorang pria itu harus selalu tampil bersih, rapi, dan wangi. Selain itu ia memiliki banyak teman wanita yang mendukungnya sekaligus terkadang menemaninya untuk melakukan perawatan.

Informan 4

Adri Julian seorang fotografer berusia 24 tahun. Memiliki berat badan 105 kg dan tinggi badan 187 cm. pria lulusan Universitas Ciputra Surabaya mengambil konsentrasi IBM dan mendapat gelar S1 pada 2014 lalu. Menjadi member sejak April 2016, alasannya memilih *Celebrity Fitness* karena mudah dijangkau dari tempat tinggalnya dan sebelumnya sudah pernah menjadi member *Celebrity Fitness* di Surabaya, menurutnya *Celebrity Fitness* merupakan klub *fitness* terbaik yang ada di Kota Makassar. Dalam sepekan biasanya ia pergi pada hari senin, rabu, dan jumat dari jam 08.00-09.30 Wita.

Adri sangat memperhatikan penampilan wajah dan potongan rambutnya, sebulan sekali ia rutin untuk melakukan perawatan di salon tanpa rasa malu sedikitpun karena baginya zaman sudah berubah, sekarang menjadi kewajiban bagi pria untuk memperhatikan penampilan dan melakukan perawatan wajah dan rambut kalau orang itu mau. Untuk persoalan aroma tubuh sangatlah penting bagi Adri karena itu mempengaruhi kesan orang lain kepadanya, apalagi jika jalan bersama pacar, keluarga, bertemu klien pasti membuat jadi lebih percaya diri.

Informan 5

Informan selanjutnya memiliki nama lengkap Poa Arief Ramli Sakaria. Saat ini ia bekerja sebagai manager Vindhika Hotel Makassar. Pria yang akrab disapa Arief ini berusia 23 tahun memiliki berat badan 60 kg dan tinggi badan 162 cm. Lulusan S1 di Universitas Pelita Harapan jurusan *food technology*. Menjadi member sejak pertama berdirinya *Celebrity Fitness* pada tahun 2014. Sebelumnya ia juga pernah bergabung di cabang *Celebrity Fitness* Jakarta selama dua tahun. Dalam sepekan ia biasa melakukan *fitness* dihari senin-jumat.

Pria yang satu ini juga memerhatikan penampilan dan perawatan wajahnya agar selalu tampil percaya diri. Arief tergolong pria yang narsis karena suka memuji dirinya sendiri apalagi ketika bercermin. Potongan rambutnyapun selalu mengikuti gaya yang *uptodate*, bahkan setiap enam bulan sekali ia rutin mengganti warna rambutnya. Dalam sebulan pasti mengunjungi salon untuk sekedar *medicure* ataupun spa.

Informan 6

Egi Gerald pria berusia 24 tahun memiliki tinggi badan 168 cm dan berat badan 50 kg. Saat ini masih menjadi mahasiswa Starata 1 di Universitas Negeri Makassar. selain kuliah Egi juga sibuk mengurus bisnis *online shop* berupa pakaian yang ia pasarkan di media-media social seperti *instagram*, *line*, *wechat*, dan *bbm*. Egi sudah menjadi member selama delapan bulan, dalam sepekan ia rutin untuk pergi fitness pada hari senin-jumat. Memutuskan untuk menjadi member karena di *Celebrity fitness* alatnya sangat lengkap, membernyapun berkelas, serta mempunyai kelas yang beragam sehingga tidak membosankan.

Dalam pergaulan Egi adalah orang yang senang menjadi pusat perhatian, dia senang bergaul, memiliki banyak sahabat serta teman wanita. Untuk soal penampilan itu adalah nomor satu, menurutnya penampilan yang baik akan membuat dirinya lebih *enjoy*, percaya diri, dan orang sekitar yang berada di dekatnya bisa merasa nyaman. Perawatan wajah pun juga dilakukannya seperti *facial*, memakai kosmetik pria, dan menggunakan serum *anti aging*. Selain itu Egi selalu mengikuti tren rambut yang sedang *uptodate*, ia pun mengaku sering mengganti warna cat rambut jika sudah bosan dengan warna yang lama.

Informan 7

Informan yang terakhir bernama Muhammad Rahmat atau yang akrab disapa Ato. Pria berusia 30 tahun ini memiliki berat badan 69 kg dan tinggi badan 169 cm. Menempuh pendidikan Strata 1 di Universitas Hasanuddin, Fakultas Teknik ini lulus pada tahun 2002. Hingga saat ini bekerja disalah satu BUMN selama 8 tahun terakhir dan sekarang menjabat sebagai *Internal Auditor*. Ato sudah

menjadi member selama sebelas bulan, alasannya untuk memilih *Celebrity Fitness* karena disana alat-alatnya sudah berbasis digital. Menurutnya, setelah melakukan riset di beberapa tempat-tempat *fitness* yang ada di Kota Makassar ini *Celebrity fitness* merupakan tempat yang paling ia sukai dan dianggap terbaik. Jika tidak terlalu sibuk Ato menghabiskan tiga hari dalam sepekan untuk melakukan *fitness* yang berdurasi antara 1-2 jam perhari

Ato mengaku menjalani gaya hidup urban dan hedonis, ia senang menghabiskan uangnya demi memenuhi kesenangan pribadinya. Dunia malam pun terkadang menjadi hiburannya diwaktu-waktu senggang. Dalam hal penampilan menurutnya ada dua faktor yang sangat penting, yaitu wajah sangat mempengaruhi *first impression* seseorang dan yang kedua adalah penampilan tubuh. Oleh karena itu ia sangat menjaga keduanya agar selalu seimbang. Tak tanggung-tanggung demi menjaga itu semua Ato sering melakukan perawatan wajahnya di klinik kecantikan. Untuk tren rambut rambut ia selalu tampil klimis dan berpenampilan rapi serta menjaga aroma tubuh yang wangi.

Tabel 4.1 Data Informan

Informan	Pekerjaan	Usia	Menjadi Member	Indikator Metroseksual
Randy Kohmar	Pengusaha	23 Tahun	Juli 2014	Gaya hidup urban dan hedonis, memperhatikan penampilan, gemar nongkrong di tempat keramaian (Mall dan Kafe), beraroma tubuh wangi.
Soekamto	Pengusaha	26 Tahun	September 2014	Memperhatikan penampilan diri, berasal dari golongan berada, beraroma tubuh wangi, selalu tampil rapi dan klimis.
Mahardika Rivai	Pengusaha	30 Tahun	Februari 2016	Memperhatikan penampilan fisik dan wajah, rajin ke salon, memiliki banyak teman wanita, gemar berbelanja dan nongkrong ditempat keramaian (Mall dan Kafe), mengikuti tren fashion, beraroma tubuh wangi.
Adri Julian	Fotografer	24 Tahun	April 2016	Mengikuti tren rambut klimis, berasal dari golongan berada, gemar berbelanja, memerhatikan penampilan diri dan beraroma wangi.
Poa Arief Ramli Sakaria	Manager Hotel	23 Tahun	Juli 2014	Memperhatikan penampilan, melakukan perawatan wajah dan tubuh, berasal dari golongan berada, mengikuti tren gaya rambut (mengecat

				rambut), rajin ke salon, selalu tampil rapi dan wangi.
Egi Gerald	Mahasiswa	24 Tahun	Mei 2016	Memprioritaskan penampilan tubuh, melakukan perawatan tubuh dan wajah, mengikuti tren fashion kekinian, rajin pergi ke salon, memiliki banyak teman wanita, selalu berpenampilan rapi dan wangi.
Muhammad Rahmat	Pegawai BUMN	30 Tahun	Februari 2016	Memilih gaya hidup hedonis, memerhatikan penampilan tubuh dan wajah, mengikuti trend rambut klimis, selalu berpenampilan rapi dan wangi, rajin ke salon.

Sumber : Data Primer, 2016

2. Citra diri member *Celebrity Fitness*

Citra diri adalah sikap individu terhadap tubuhnya baik itu secara sadar maupun tidak sadar. Cakupan sikap ini berupa persepsi dan perasaan mengenai ukuran bentuk, fungsi, penampilan, dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu.

Setelah melakukan wawancara mendalam terhadap ketujuh informan, menghasilkan bahwa terdapat dua aspek yang mendasari terbentuknya citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar, yaitu aspek citra diri berdasarkan bagian tubuh dan aspek citra diri berdasarkan keseluruhan tubuh.

2.1 Aspek Citra Diri Berdasarkan Bagian Tubuh

2.1.1 Penampilan Wajah

Kulit wajah menjadi suatu hal yang sangat menunjang bagi penampilan. Banyak pria yang melakukan perawatan wajah agar wajahnya terlihat lebih segar dan tentunya percaya diri. Cara paling mudah dan sederhana yang dilakukan untuk terlihat menarik adalah menjaga kebersihan tubuh, salah satunya dengan penampilan wajah.

Sesuai dengan penuturan informan Egi, yang mengatakan bahwa :

Kalau saya sih orangnya selalu mementingkan penampilan wajah itu yang paling utama, kalau penampilan kita bagus pasti perasaan akan lebih *enjoy* juga dan bikin kita selalu percaya diri, otomatis orang-orang sekitar yang lihat juga merasa nyaman. Saya selalu menjaga agar wajah selalu tampil bersih dan *fresh*. Untuk soal perawatan wajah punya krim tersendiri kadang juga pergi *facial* sebulan sekali, supaya jerawat tidak muncul dan berminyak. (Hasil wawancara 15 Desember 2016).

Bagi sebagian pria penampilan wajah yang menarik adalah modal fisik yang utama, baik itu dalam dunia pekerjaan maupun pergaulan mereka. Kesan yang paling pertama dinilai ketika orang lain pertama kali bertemu adalah dari wajahnya. Hal yang senada diungkapkan oleh saudara Randy :

Tentu saja penampilan wajah itu penting biar kita percaya diri apalagi banyak teman saya dari golongan *high class*. Bisa malu-maluin dong kalau penampilannya tidak karuan. Yang paling penting karena *first impression* negatif atau positifnya orang lain ke kita itu timbul dari penampilan luarnya duluan. (Hasil wawancara 1 Desember 2016).

2.1.2 Potongan Rambut

Bicara soal *fashion* tidak hanya wanita saja yang memiliki *fashion* terbaru karena dunia *fashion* seroang pria juga selalu *uptodate*. Di dunia *fashion* pria juga akan selalu hadir model terbaru dan menjadi panutan untuk tampil modern dan

terkini. Salah satu *fashion* pria yang begitu mendapat perhatian adalah model rambut. Hampir tiap tahunnya akan selalu muncul berbagai model rambut pria dengan berbagai gaya. Dimana rambut menjadi salah satu bagian dari tubuh yang bisa menunjang penampilan seorang pria.

Beberapa waktu belakangan ini gaya rambut pria sedang disemarakan kembali dengan munculnya model rambut klimis yang dulu tren di tahun 1950-an. Gaya rambut ini sebenarnya punya istilah sendiri yaitu *pompadour* atau *undercut* ciri khas gaya rambut ini menampilkan bagian yang lebih pendek dan tipis disamping dibandingkan bagian atas kepala. Seperti yang dikatakan oleh informan King :

Kalau saya sih paling senang dua model rambut saja, kalau bukan model poni yah paling model rambut *undercut*. Gitu-gitu saja sih karena saya orangnya jarang ganti model rambut. Paling sering cuman dua model gitu aja. (Hasil wawancara 6 Desember 2016).

Tren rambut seperti inipun sangat digemari kawula muda, bukan hanya hanya soal potongam rambut saja, mengecat rambut dengan berbagai warna juga banyak digemari terutama oleh pria member *Celebrity Fitness*, seperti yang dikatatakan informan Randy :

Saya itu suka potongan rambut yang disampingnya pendek dan rambut diatas agak panjang, yah seperti tren sekarang itu loh karena saya orangnya selalu mengikuti tren dan tidak mau ketinggalan jaman, tergantung apa yang lagi *hits* itu yang saya ikuti. Mengecat rambut juga saya sering, apalagi kalo sudah bosan pasti coba warna baru lagi, apalagi rambut itu ibarat mahkota bagi kita. (Hasil wawancara 1 Desember 2016).

2.1.3 Bahu

Kepuasan terhadap bentuk tubuh bisa memberikan kontribusi dengan meningkatnya rasa percaya diri. Mendapatkan bahu yang terlihat kokoh dan kekar akan membuat tubuh terlihat lebih sempurna. Dengan memiliki otot bahu yang bagus maka akan membuat perut dan pinggang terlihat lebih kecil sehingga tubuh akan membentuk seperti huruf V yang akan membuat tubuh menjadi menarik dan lebih atletis untuk dilihat.

Bahu merupakan persendian yang paling sering digunakan pada *upper body*. Dengan pergerakan hampir 360 derajat, mereka berfungsi pada hampir setiap tindakan yang dilakukan. Terlebih, otot bahu yang tebal juga tampak seksi.

Bahu lebih dari sekedar sendi. Bagian yang satu ini terlihat dari depan maupun dari belakang, sehingga ukurannya dapat menegaskan penampilan fisik atletis secara keseluruhan. Memiliki bentuk bahu yang bidang akan membuat kesan yang baik. Seperti pemaparan informan King :

saya suka melatih bagian *upper body* biar bentuk bahunya lebih menonjol, kalau bahu kita tegak kan pasti akan terlihat lebih bidang. Sebaliknya kalau badan kita bungkuk pasti *first impression* orang akan beda. Apalagi kerjaan saya sebagai wiraswasta yang banyak bertemu dengan klien, nah kalau bahu tegak pasti akan terlihat lebih berwibawa. (Hasil wawancara 6 Desember 2016).

Selain itu salah satu informan menegaskan bahwa badan itu pria itu sebaiknya simetris dengan bagian-bagian tubuh-tubuh lainnya. Misalnya untuk pria memiliki tubuh bagian atas berbentuk V. seperti yang dikatakan oleh informan Dika :

Untuk sebagian pria itu alasannya gabung di *Celebrity Fitness* itu pasti mau punya badan yang bagus. Salah satu bagian tubuh yang saya sukai adalah bagian *shoulder* atau pundak, karena otot *triceps* dan *biceps* sudah ada jadi kelihatan lebih proporsional dan lebih simetris. Sebenarnya sih maunya

berbentuk V, tapi belum kesampaian.karena masih perlu banyak latihan. (Hasil wawancara 30 November 2016).

2.1.4 Lengan

Memiliki lengan yang berotot dan atletis tentu membuat nilai plus bagi pria. Sebenarnya membentuk otot lengan lebih mudah dibandingkan membentuk otot perut atau otot dada. Hal ini karena pada lengan tidak banyak lemak yang menumpuk.

Bagi pria, ukuran otot dada dan lengan merupakan sebuah indikator kebanggaan fisik. Seorang pria yang memiliki otot dada dan lengan yang besar akan memiliki tampilan yang bagus, paling tidak menurut ukuran yang banyak dianut oleh kebanyakan pria pada era ini. Sepertinya yang dikatakan oleh informan Ato :

Rata-rata cowok kalau *nge-gym* yang dilatih itu lengan sudah pasti, nah standar bagusnya lengan orang itu kan kalau kita pakai baju keliatannya baju itu agak ketat atau *nge-pas* jadi otot-ototnya keliatan. (Hasil wawancara 21 Desember 2016).

Mengenai ukuran lengan yang besar terdapat bentuk otot yang sempurna, pada lengan terdapat dua otot yang dikenal yaitu *triceps* dan *biceps*. Seperti yang dikatakan oleh saudara adri :

Sejak saya *fitness* itu otot yang paling pertama terbentuk adalah bagian lengan. Ada kepuasan tersendiri kalau otot *triceps* dan *biceps* kita itu jadi. Saya senang punya lengan yang besar apalagi kalau pakai baju kesannya agak ketat suka aja. (Hasil wawancara 20 Desember 2016).

2.1.5 Kaki

Kita hidup di era yang sangat mementingkan penampilan bagi laki-laki. Jika selama ini lebih banyak perempuan yang gelisah dengan bentuk tubuhnya, laki-laki pun punya masalah yang sama. Tekanan dari para model di majalah menurutnya sering membuat para laki-laki stres dengan bentuk tubuhnya.

Terobsesi dengan bentuk tubuh ideal memang tidaklah salah, mengingat tubuh ideal menjadi tuntutan beberapa pekerjaan. Hanya saja sangat disayangkan bila tubuh atas seperti bahu dan dada terlihat besar, namun kaki terlihat kecil. Tentu saja menjadi tidak proporsional.

Kebanyakan orang terfokus membentuk otot tubuh bagian atas agar terlihat jauh lebih ideal. Oleh karena itu, sangatlah tepat melakukan latihan massa otot untuk tubuh bagian atas dan kaki secara bersamaan, agar terlihat lebih seimbang. dengan kokoh berkat topangan dari otot kaki yang terlatih dan kuat. Seperti yang dikatakan oleh informan Arief :

Bagian tubuh saya yang masih belum maksimal adalah bagian kaki. Mungkin karena keseringan latihan *upper body* jadi bagian *lower body* kurang berbentuk. Bukan masalah kecil atau besarnya tapi masih kurang *shaping* atau berbentuk aja. (Hasil wawancara 15 Desember 2016).

2.1.6 Perut

Hampir semua kalangan para pria ingin memiliki tubuh yang kesannya ideal. Memiliki perut *sixpack* merupakan impian banyak pria. Dengan tubuh *sixpack*, maka pria akan terlihat lebih atletis, kesehatan tubuh menjadi lebih terjaga, dan tentunya dapat meningkatkan kepercayaan diri.

Banyak cara dilakukan untuk dapat membentuk perut yang *sixpack*, mulai dari cara yang alami dan juga sehat sampai ada juga yang mencoba dengan jalan mengkonsumsi obat.

Biasanya ada dua macam keinginan orang tentang mengencangkan otot perut, satu ingin membentuk perutnya saja sehingga terlihat *sixpack* yang kedua ingin perut datar saja tapi memiliki otot perut yang sangat kuat.

Untuk mendapatkan bentuk perut yang atletis dan ideal haruslah melakukan program khusus. Namun otot perut merupakan bagian yang paling sulit dilatih dibandingkan otot dada, lengan ataupun bahu karena perut merupakan tempat timbunan lemak. Pola makan yang salah saja dapat membuat perut buncit. Seperti yang dikatakan oleh informan Ato :

Yang paling susah dilatih kalau kita olahraga itu adalah perut, nah perut kalau pola makan saya salah sedikit saja langsung buncit. Masih kurang pede buka baju ditempat umum misalnya kalau saya pergi berenang gitu kan. (Hasil wawancara 21 Desember 2016).

Hal yang serupa diungkapkan oleh informan Adri :

Bagian tubuh saya yang masih membuat tidak percaya diri itu bagian perut, pas lagi duduk saja pasti keliatan buncit karena memang bagian perut itu susah diatur dan paling gampang buncit. Perut saya masih kebanyakan lemak dan massa ototnya sedikit jadi masih perlu banyak latihan lagi. (Hasil wawancara 20 Desember 2016).

Tabel 4.2 Apek Citra Diri Berdasarkan Bagian Tubuh

Bagian Tubuh	Deskripsi
Penampilan Wajah	Penampilan wajah menjadi modal fisik yang utama. Selalu tampil bersih dan segar, melakukan perawatan wajah agar bebas dari jerawat
Potongan rambut	Mengikuti trend fashion rambut saat ini model pompadour dan undercut. Mengecat rambut dengan berbagai macam warna.

Shoulder / Bahu	Memiliki bahu yang tampak tegak agar terlihat bidang dan kekar
Lengan	Memiliki otot <i>triceps</i> dan <i>biceps</i> yang simetris agar terlihat berisi
Kaki	Bagian otot-otot di kaki masih minim, terlihat kurang berbentuk karena masih terlalu banyak latihan upper body sehingga bagian lower body seperti kaki kurang berbentuk.
Perut	Massa lemak lebih banyak daripada massa otot, belum terlalu maksimal terlihat agak buncit

Berdasarkan Tabel 4.2 bahwa ada enam aspek citra diri berdasarkan bagian tubuh Member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar, yaitu penampilan wajah, potongan rambut, *shoulder* / bahu, lengan, kaki, dan perut.

2.2 Aspek citra diri berdasarkan keseluruhan tubuh

2.2.1 Tinggi badan

Masa pubertas atau remaja merupakan masa dimana hormon pertumbuhan bekerja aktif dan disaat itulah waktu yang tepat untuk mengoptimalkan pertumbuhan dari tinggi badan untuk mendapatkan tinggi badan yang ideal ketika dewasa.

Tinggi badan manusia bergantung pada faktor nutrisi, lingkungan, dan genetik. Pertumbuhan rata-rata untuk setiap jenis kelamin dalam populasi berbeda, dimana pria dewasa biasanya lebih tinggi daripada wanita dewasa. Selain itu tinggi badan juga bisa bervariasi berdasarkan etnis.

Pertumbuhan tinggi badan pada pria biasanya terjadi sejak lahir sampai berusia 21 tahun. Jika kita lihat, tinggi badan pria ideal di Indonesia berusia 19-30 tahun berkisar antara 165-175 cm. banyak pria yang menginginkan tinggi

badan yang lebih namun karena usia mereka yang sudah melewati batas sehingga tidak memungkinkan lagi. Seperti yang dikatakan oleh informan Randy :

Tinggi badan saya sekarang saat ini 176 cm. sebenarnya *sih kepingin* saya punya tinggi badan sekitar 180-an cm tapi sudah tidak bisa lagi kan karena umur saya sudah lewat. Setahu saya juga tinggi badan orang itu ada yang dipengaruhi sama faktor genetiknya, kalau diihat dari ibu dan bapak saya memang postur tubuh keduanya tidak begitu tinggi. Yang terpenting sih asal terlalu pendek saja, minimal kita ada distandar tinggi rata-rata orang Indonesia sekitar 170-an cm kan. (Hasil wawancara 1 Desember 2016).

2.2.2 Berat badan

Memiliki berat ideal akan meningkatkan rasa percaya diri dalam aktifitas sehari-hari maupun dalam rutinitas pekerjaan. Orang yang berat badannya kurang dari ideal biasanya akan terlihat kurus, sedangkan yang berat badannya di atas ideal biasanya akan terlihat gemuk.

Orang dengan berat badan proposional akan membuat tampil lebih percaya diri terutama ketika sedang berhadapan dengan lawan jenisnya. Pria yang memiliki kelebihan berat badan umumnya karena banyaknya lemak yang menumpuk pada tubuh pria dan begitupun sebaliknya. Hal yang berkaitan diungkapkan oleh informan king :

Saya tidak merasa kegemukan atau kekurusan, tapi katanya orang masih agak kurus, walaupun begitu saya tetap percaya diri karena memang saya suka dengan bentuk badan yang boleh dibilang agak kurus, karena kalau kita kurus itu otot jadi lebih keliatandan kalau gemuk lemak tertimbun jadi *shapingnya* tertimbun. (Hasil wawancara 6 Desember 2016).

Disisi lain bentuk badan yang ideal adalah perhitungan dari kalkulasi berdasarkan tinggi badan seseorang dan berat badan orang tersebut. Perhitungan kalkulasi dari berat tubuh dan tinggi badan seseorang sering disebut dengan *Body Mass Index* (BMI) dimana pria Member *Celebrity Fitness* menjadikan acuan

dalam menentukan derajat apakah mereka kurus, gemuk atau normal. Seperti yang dikatakan oleh informan Adri :

Untuk persoalan berat badann saya sih masih dalam kategori kegemukan, itu menurut standar *Body Mass Index* yah yang menajdi acuan kita di *Celebrity Fitness*. Karena memang sih kalau persoalan berat badam masih kategori *over* dan belum seimbang dengan tinggi badan. Masih terlalu besar dan banyak yang harus dilatih lagi”. (Hasil wawancara 20 Desember 2016).

2.2.3 Proporsi Tubuh

Semua orang pastinya ingin punya tubuh yang proporsional. Berat badan serta tinggi badan yang standar dan ideal akan membuat penampilan seseorang menjadi semakin maksimal. Selain itu banyak profesi yang mengharuskan seseorang untuk mempunyai proporsi tubuh yang ideal dan berpenampilan menarik. Tentu dengan penampilan yang menarik pun semakin membuat percaya diri. Seperti yang dikatakan oleh informan Ato :

Saya merasa puas dengan proporsi tubuh saya saat ini karena apa yang selama ini saya lakukan tidak sia-sia. Saya kan pekerja kantoran dan tidak begitu banyak untuk bisa menghhabiskan waktu ditempat *fitness*. Yang utama saya cari adalah dari segi kesehatan dan kebugarannya, perubahan bentuk tubuh tubuhnya itu sekedar nilai plus bagi saya. Dan *Alhamdulillah* selama beberapa bulan ini usaha saya tidak sia-sia karena badan terasa lebih bugar dan ada perubahan bentuk yang baik pada bagian otot-otot. kalau badan kita terbentuk kan jadinya keliatan lebih *gentlemen* juga. Kalau lagi dikantor jadinya kadang lebih percaya diri, kadang-kadang juga teman kantor ada yang memuji. (Hasil wawancara 21 Desember 2016).

Dalam dunia pekerjaan terkadang kita membutuhkan dukungan mental agar dapat bekerja dengan maksimal. Salah satunya dengan mendapat pujian dari lingkungan. Selain itu nilai plus yang didapat selain percaya diri dan berpenampilan menarik adalah adakah kebugaran dan dan shaping tubuh. Hal yang serupa diungkapkan oleh informan King :

Proporsi tubuh saya saat ini lumayan baik karena yah itu tadi saya *fitness* sudah cukup lama jadi badan saya sudah terbentuk. Intinya karena olahraga tubuh itu pasti akan terbentuk dengan sendirinya. Tidak ada patokan sih tubuh saya harus seperti ini itu yang penting olahraga dan ada lekukan tubuh sedikit sih saya puas dengan hal itu. (Hasil wawancara 6 Desember 2016).

Tabel 4.3 Aspek Citra Diri Berdasarkan Keseluruhan Tubuh

Keseluruhan tubuh	Deskripsi
Tinggi badan	Rata-rata tinggi badan orang Indonesia pada umumnya antara 165-175 cm
Berat badan	Ada yang merasa kekurusan dan kegemukan , tetapi masih status sewajarnya. Perhitungan kalkulasi berdasarkan Body Mass Index (BMI).
Proporsi tubuh	Keseimbangan antara tinggi badan dan berat badan. Tubuh terbentuk dengan sendirinya karena fitness

Berdasarkan Tabel 4.3 bahwa ada tiga aspek citra diri berdasarkan keseluruhan tubuh Member Celebrity Fitness di Kota Makassar, yaitu tinggi badan, berat badan, dan proporsi tubuh.

2.3 Perkembangan Citra Diri Pria Metroseksual

Perkembangan citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* juga dipengaruhi oleh adanya faktor jenis kelamin (gender), lingkungan, dan media massa.

2.3.1 Jenis Kelamin (*gender*)

Pria lebih cenderung menggunakan tubuhnya dengan aktif agar dapat menunjang aktifitasnya, sedangkan wanita lebih memandang tubuhnya dari aspek estetika. Seperti pemaparan informan Arief :

[...] Biasanya memang pria itu selalu lebih banyak aktifitasnya daripada wanita, apalagi kalau soal melakukan hal yang menyangkut kerjaan fisik, karena memang apa-apa selalu pria, wanita itu selalu belakangan. [...] disini itu member wanita takut sekali berat badannya naik apalagi kalau

badannya gemuk, rata-rata semua wanita mau tubuhnya langsing. Beda dengan kita laki-laki mau berat badan naik atau turun tidak terlalu masalah. Kalau saya pribadi mau dibilang kekurusan atau kegemukan tidak terlalu penting, yang penting itu badan kita tetap terlihat proporsional. (Hasil wawancara, 15 Desember 2016).

Dalam menjalankan aktifitas sehari-hari pria selalu diprioritaskan dibanding wanita, terutama dengan hal yang menyangkut pekerjaan fisik. Wanita lebih kepada menjaga penampilannya dengan standar kecantikan tertentu dirinya dibanding pria yang tidak begitu mengacu pada standar atau patokan tertentu, yang terpenting bagi pria adalah tetap terlihat proporsional.

2.3.2 Lingkungan

Dalam lingkungan pergaulan, teman sebaya merupakan tempat terbesar seseorang untuk berinteraksi setelah keluarga, sehingga akan mempengaruhi berbagai aspek seperti popularitas dan tingkat percaya diri. Seseorang akan menerima dan senang tinggal di lingkungan tertentu karena merasa nyaman dan dihargai. Berikut pemaparan informan Randy :

[...] orang-orang disini tidak sombong, kalau kita sudah kenal malah tambah asik. Kita sesama member ini sangat akrab kadang sesama instruktur dan member sering jalan bareng setelah atau sebelum fitness. Biasanya kita sekedar nongkrong atau makan sama-sama, senang aja kalo sering begitu kita bisa jadi akrab dan nyaman bergaul sama mereka. [...] bukan cuma teman di Celebrity Fitness, kadang saya juga sering bergaul sama teman SMA atau orang-orang yang kerja di EO, mereka semua asik saya lebih suka punya banyak teman. Nilai plusnya kita juga banyak yang kenal. (Hasil wawancara, 1 Desember 2016).

Berdasarkan pemaparan diatas, informan Randy diterima dengan baik dilingkungan sekitarnya. Seseorang yang merasa dihargai akan menetap dan tinggal pada lingkungan tersebut. Selain itu dengan pergaulan yang luas dan memiliki banyak teman mempengaruhi tingkat popularitas seseorang.

2.3.3 Media Massa

Peran televisi, majalah, dan media massa lainnya juga mempengaruhi terbentuknya citra diri pria metroseksual. Media massa khususnya internet menyajikan standar kecantikan atau ketampanan seseorang yang baik adalah menurut apa yang tersedia di media massa. Sehingga pria metroseksual akan berusaha untuk memiliki karakter, bentuk fisik, maupun cara berpakaian sesuai apa yang disajikan oleh media massa. Berikut pemaparan informan Egi:

[...] saya itu sering liat tren fashion sekarang di internet, misalnya tren baju apa yang lagi hits itukan bisa kita liat di iklan-iklan online atau instagram selebgram dan artis-artis, nah dari situlah yang sering saya ikuti. Dari majalah juga itu paling banyak bisa saya tau soal fashion-fashion kayak mix-mix baju yang cocok kayak gimana. (Hasil wawancara, 15 Desember 2016).

Cara berpakaian informan Egi sangat dipengaruhi oleh apa yang dilihatnya media sosial, seperti pemaparan salah seorang informan yang senada dengan informan Egi bahwa cara ia berpenampilan juga dipengaruhi oleh media massa.

Berikut pemaparan informan Dika:

Iklan-iklan majalah itu kan banyak, nah disitu banyak jadi referensi ku buat saya jadikan style sehari-hari juga, banyaklah pokoknya ada juga bentuk-bentuk tubuh yang ideal itu kayak gimana. Model rambut saya ini kebanyakan referensinya dari situ juga. Selain majalah kadang liat di instagram, pinterest, di televisi juga sering kayak infotainment-infotainment gitu. (Hasil wawancara, 30 November 2016).

Tabel 4.4 Perkembangan Citra Diri Pria Metroseksual

Faktor Penyebab	Deskripsi
Jenis Kelamin (<i>gender</i>)	Dalam menjalankan aktifitas sehari-hari pria selalu diprioritaskan dibanding wanita, terutama dengan hal yang menyangkut pekerjaan fisik. Member Wanita lebih kepada menjaga penampilannya dengan standar tertentu. Dibanding member pria yang tidak begitu mengacu pada standar atau patokan tertentu, yang terpenting bagi pria mereka adalah tetap terlihat proporsional.
Lingkungan	Merasa nyaman dan dihargai membuat informan untuk betah dan menerima lingkungan tersebut dengan baik. Selain itu dengan pergaulan yang luas dan memiliki banyak teman mempengaruhi tingkat popularitas seseorang.
Media Massa	Gaya berpakaian dan tren fashion yang diikuti informan sangat dipengaruhi oleh media massa. Begitupun dengan standar kecantikan atau ketampanan seseorang dianggap baik ketika memenuhi standar yang disajikan oleh media massa.

Berdasarkan Tabel 4.4 bahwa perkembangan citra diri pria metroseksual member Celebrity Fitness juga dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin, lingkungan, dan media massa.

3. Tampilan verbal dan nonverbal

Manusia sebagai makhluk sosial pasti melakukan interaksi dalam kehidupan sehari-harinya. Hal itu tidak terlepas dari bagaimana seseorang dilihat dari komunikasi verbal dan nonverbal. Langkah selanjutnya dalam penelitian ini ialah mengetahui tampilan verbal dan nonverbal dari pria metroseksual member *Celebrity Fitness*.

3.1 Tampilan verbal

3.1.1 Bahasa lisan

Dalam komunikasi diperlukan adanya sebuah proses, proses tersebut melibatkan komunikator, pesan dan komunikan. Pesan yang dikomunikasikan berupa komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal misalnya bahasa. Bahasa merupakan syarat utama untuk mengutarakan maksud dan tujuan bagi seseorang.

Dalam wawancara mendalam, peneliti mempertanyakan tentang bagaimana komunikasi sehari-hari pria metroseksual Member *Celebrity Fitness*. Berikut penuturan oleh informan Arief :

Bahasa yang saya pakai untuk berkomunikasi sesama member sama saja dengan yang dipakai orang-orang pada umumnya. Yah pastinya itu bahasa Indonesia yang baik dan benar tidak ada bahasa atau istilah-istilah khusus yang kita gunakan. Yah penting gampang dimengerti dan dipahami. Kalau di dunia kerjaan yang kadang juga bahasa asing. Misalnya bahasa Inggris dan bahasa Chinese. Tergantung sama siapa kita bercakap. (Hasil wawancara 15 Desember 2016).

Jawaban dari informan Arief dibenarkan oleh informan Ato yang mengatakan dalam berkomunikasi sehari-hari baik itu sesama member maupun dengan rekan kerja ia menggunakan bahasa yang baik dan benar serta mudah dipahami oleh lawan bicaranya. Berikut pernyataannya :

Jelas pakai bahasa Indonesia yang baku serta baik dan benar. Kebetulan saya banyak ditugaskan keluar kota-kota besar otomatis lawan bicara saya beragam jadi saya bahasa yang orang gunakan semua bahasa Indonesia. (Hasil wawancara 21 Desember 2016).

Dari hasil wawancara diatas tidak ada bahasa atau istilah-istilah khusus yang digunakan baik itu kalangan Member *Celebrity Fitness* maupun kalangan kerja

mereka. Menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar serta kadang dicampur bahasa asing tergantung kepada siapa lawan bicara mereka.

3.1.2 Aksen / logat

Kebanyakan orang indosensia dapat menutuurkan dua bahassa, bahasa nasional atau bahasa Indonesia dan bahasa daerah dari suku mana ia berasal. Bahasa Nasional dianggap sebagai bahasa resmi, untuk digunakan secara formal atau pertemuan resmi. Penggunaan bahasa daerah lebih sering digunakan pada situasi tidak resmi, seperti di rumah, pergaulan, dan di dalam urusan antaranggota sesama kelompok suku bangsa.

Penggunaan aksen tertentu tidak luput dari bagaiman cara berkomunikasi pria metroseksual Member *Celebrity Fitness*. Memiliki aksen tertentu sering digunakan bagi mereka, seperti yang diungkapkan oleh informan adri :

Kalau berkomunikasi saya sesuaikan dengan lawan bicara saya, sekarang ini kan saya tinggal di Makassar dan dulu juga sempat tinggal beberapa tahun di jawa. Kalau berkomunikasi dengan teman-teman saya yang di jawa pastinya saya pakai logat mereka juga yang disana, begiupun sebaliknya kalau lagi ngobrol sama teman yang di Makassar saya pakai logat dan bahasa Makassar sedikit. Biar suasananya cair luwes aja gitu gak kaku. (Hasil wawancara 20 Desember 2016).

Dari cara berkomunikasi informan adri yang menggunakan logat tertentu kepada siapa ia berinteraksi tetap menggunakan aksen daerah masing-masing. Hal ini dibenarkan oleh informan Randy yang mengatakan bahwa sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia tetapi jika bersama teman sebayanya sering menggunakan logat suku Makassar yang kental.

Tabel 4.4 Tampilan Verbal

Tampilan Verbal	Deskripsi
-----------------	-----------

Bahasa Lisan	Bahasa Indonesia yang baik dan benar serta kadang dicampur bahasa asing (inggris, mandarin) tergantung kepada siapa lawan bicara mereka.
Aksen / Logat	Logat Jawa dan Makasaar. Tergantung dari suku mana ia berasal dan dikondisikan kepada lawan bicara.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa tampilan verbal pria metroseksual Member Celebrity Fitness di Kota Makassar terdiri dari dua, yaitu penggunaan bahasa lisan dan aksen / logat mereka ketika bercakap dengan orang lain.

3.2 Tampilan NonVerbal

Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang digunakan tanpa kata-kata. Komunikasi ini dilakukan dengan menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, gaya berbicara baik itu intonasi dan tekanan suara. Pada proses ini peneliti secara langsung mengamati komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh seluruh informan sekaligus melakukan observasi bagaimana mereka berperilaku kepada peneliti dan orang lain.

3.2.1 *Kinesics*

Pesan kinesics adalah pesan yang menggunakan gerakan tubuh. Istilah yang digunakan untuk menunjukkan gerak-gerik atau sikap tubuh (*gesture*), gerak tubuh (*body movement*), ekspresi wajah dan kontak mata.

Ketika mengamati seluruh informan pada saat mereka berinteraksi dan melakukan komunikasi kepada orang lain maupun peneliti. Didapati temuan-temuan berupa pesan tersirat nonverbal yang bersifat kinesics. Informan Arief ia

menggunakan gerakan tangan untuk menjelaskan ukuran besar kecilnya sesuatu dan menunjukkan bentuk, misalnya ketika mengilustrasikan bentuk potongan rambutnya, menganggukkan kepala sebagai tanda persetujuan akan suatu hal dan menggelengkan kepala serta mengerutkan dahi sebagai tanda ketidaksetujuan. Begitupun bagi informan lainnya hampir sama dengan yang dilakukan oleh informan Arief.

3.2.2 *Haptics* (sentuhan)

Istilah ini berkaitan dengan sentuhan dalam berkomunikasi, cara-cara atau bentuk sentuhan dapat menunjukkan keadaan dan maksud seseorang dalam hubungan dengan orang lainnya.

Jika bertemu dengan teman wanitanya informan Egi terkadang melakukan *cipika-cipiki* sebagai tanda hubungan pertemanan yang dekat antar mereka. Berjabat tangan kepada seseorang ketika bertemu sebagai tanda keakraban dan kesopanan atau mengangkat tangan sambil berkata “hai”, hal ini lumrah terjadi pada mereka sebagai tanda untuk menunjukkan perasaan yang positif. Beberapa informan yang lain seperti Ato dan Arief juga berperilaku yang hampir sama, mereka saling berjabat tangan ketika bertemu seseorang. Sesekali merangkul dan melakukan *tos* untuk menunjukkan kesan persahabatan diantara mereka.

Seperti penuturan Informan Arief :

Ya memang saya kalau ketemu sama orang sebisa mungkin jabat tangan sebagai tanda menghormati, beda lagi kalau sama teman akrab ku paling kita *tos* atau kurangkul kan sudah biasa kita ketemu jadi tidak ada perasaan canggung lagi. (Hasil wawancara 16 Desember 2016).

3.2.3 *Paralanguage*

Istilah ini merujuk pada unsur-unsur nonverbal suara dalam percakapan verbal. Paralanguage meliputi karakter vokal seperti berbicara yang disertai dengan senyum, sifat vokal seperti kecepatan berbicara atau intonasi suara.

Seperti hasil pengamatan terhadap informan yang terjadi di lapangan, ketika bercakap akan menekan intonasi suara pada kata tertentu untuk mempertegas maksud yang disampaikan. Misalnya informan Arief ketika berkata “Tubuh yang wangi itu penting banget, karena kalau tubuh kita tidak wangi pasti bakalan tidak percaya diri”, begitupun penuturan informan Dika yang mengatakan “Untuk masalah aroma tubuh itu sangatlah penting bagi saya, karena menurut ku lelaki itu selain dinilai dari fisik tentu aroma tubuh juga”. Dari penuturan kedua informan Arief dan Dika terdapat persamaan penekanan intonasi suara pada kata “penting banget” dan “sangatlah penting” untuk mempertegas maksud bahwa bearoma tubuh yang wangi itu penting bagi pria.

Kemudian informan Adri ketika menjelaskan bagian tubuhnya yang belum maksimal, ia berkata “yang paling susah dijaga itu adalah bagian perut, karena perut saya juga masih tergolong agak buncit, jadi kalau buka baju belum terlalu percaya diri”. Pada saat informan Adri berkata “perut saya masih tergolong buncit” terjadi penurunan intonasi suara yang merendah, hal ini mengandung maksud bahwa informan Adri kurang percaya diri atau agak malu.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ketika terjadi penekanan suara ketika informan berkomunikasi itu menunjukkan pada saat itu ada sesuatu yang penting atau ingin menegaskan suatu hal, sedangkan ketika terjadi

penurunan intonasi yang merendah itu menjelaskan bahwa ada sesuatu yang membuat tidak percaya diri.

3.2.4 Postur Tubuh

Istilah ini menunjukkan pesan nonverbal yang merupakan fisik tubuh seseorang. Bagi pria metroseksual terutama bagi informan memiliki fisik tubuh yang baik juga tidak kalah pentingnya. Penampilan fisik seringkali mengekspresikan penandaan nonverbal tertentu. Hal ini dapat kita rasakan ketika memberi stereotipe tertentu yang berkaitan dengan keadaan fisik seseorang. Misalnya yang gemuk dianggap sebagai orang yang lucu atau periang, orang yang kurus sebagai orang yang serius, dan orang yang berpostur kekar dianggap sebagai sosok yang berwibawa dan tegas.

Tentu banyak pria yang mendambakan tubuh yang terlihat atletis. Bagi para informan memiliki proporsi tubuh yang baik, berisi, kekar, dan *shaping* adalah hal yang diinginkan dan patut dibanggakan. Berikut penuturan informan King :

Tidak ada patokan sih tubuh saya harus seperti ini itu yang penting olahraga dan ada lekukan tubuh sedikit sih saya puas dengan hal itu. Saya suka melatih bagian *upper body* biar bentuk bahunya lebih menonjol, kalau bahu kita tegak kan pasti akan terlihat lebih bidang. Sebaliknya kalau badan kita bungkuk pasti *first impression* orang akan beda. Apalagi kerjaan saya sebagai wiraswasta yang banyak bertemu dengan klien, nah kalau bahu tegak pasti akan terlihat lebih berwibawa (Hasil wawancara 6 Desember 2017).

Hal yang senada diungkapkan oleh informan Ato :

Saya kan pekerja kantoran dan tidak begitu banyak untuk bisa menghabiskan waktu ditempat *fitness*. Yang utama saya cari adalah dari segi kesehatan dan kebugarannya, perubahan bentuk tubuh tubuhnya itu sekedar nilai plus bagi saya. Dan *Alhamdulillah* selama beberapa bulan ini usaha saya tidak sia-sia

karena badan terasa lebih bugar dan ada perubahan bentuk yang baik pada bagian otot-otot. kalau badan kita terbentuk kan jadinya kelihatan lebih *gentlemen* juga. Kalau lagi dikantor jadinya kadang lebih percaya diri. (Hasil wawancara 21 Desember 2016).

Berdasarkan wawancara diatas dapat dinyatakan bahwa memiliki postur tubuh yang proporsional seperti badan berisi, bertubuh kekar, dan terbentuk adalah hal yang positif bagi para informan. Dengan postur yang baik inilah maka secara tidak langsung akan memberi kesan pria yang berwibawa dan *gentleman*.

3.2.5 Artifak

Istilah ini ditujukan untuk benda-benda atau hasil kerja yang diciptakan oleh manusia. Atribut yang digunakan dapat berperan sebagai penanda untuk menyampaikan makna tertentu. Selain dimaksudkan untuk kepentingan estetika, umumnya apa yang dipakai dan digunakan oleh seseorang dapat dijadikan untuk menunjukkan status dan identitas diri mereka. Misalnya alat transportasi, perhiasan, pakaian yang dikenakan, dan sebagainya.

Dalam hal berpakaian informan Randy mengungkapkan :

Kalau untuk keseharian saya itu lebih suka pakai tema yang kasual. Saya selalu tau tren *fashion* kekinian dari sosial media tapi tidak terlalu mengikuti tren *fashion* karena kadang ada yang tidak cocok dengan saya. Minimal baju rapi yang berkeri, celana panjang, dan pakai sepatu, yang penting itu rapi dan nyaman terus enak diliat *it's okelah*. (Hasil wawancara 1 Desember 2016).

Hal yang senada juga diungkapkan oleh informan Ato :

Saya tidak begitu mengikuti tren tapi kalau ada model baru dan saya suka minimal harus punya satu lah. Kalau soal *style* pakaian saya lebih nyaman kasual. Kalau lagi nyantai ke mall jalan-jalan paling pake kaos, celana jeans,

dan sepatu. Beda lagi kalau dikantor itu kan harus lebih rapi dan formal pakai kemeja. (Hasil wawancara 21 Desember 2016).

Menurut informan Randy dan Ato, gaya casual merupakan *style* favorit mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai seorang pria yang tergolong metroseksual, keduanya berusaha untuk selalu tampil rapi agar timbul kesan positif. Keduanya adalah orang yang melek akan dunia *fashion* tetapi tidak secara langsung mengadopsi mentah-mentah tren *fashion* yang ada, terkadang apa yang dikenakan haruslah cocok dan nyaman bagi mereka. Hal berseberangan diungkapkan oleh informan Egi yang berpendapat bahwa tren *fashion* haruslah selalu diikuti, berikut pemaparannya :

Saya selalu ikuti tren *fashion*, apa yang lagi tren sekarang itu yang harus saya ikuti karena saya orangnya tidak mau ketinggalan. Terus lebih suka gaya rapi pakai kemeja biar kesannya berwibawa dan dewasa. (Hasil wawancara Desember 2016).

Berbeda dengan pemaparan kedua informan sebelumnya, Egi adalah tipikal orang yang *uptodate* dan selalu selalu mengikuti tren *fashion*. Namun dari kesamaan ketiga informan ini adalah dalam berpakaian mereka selalu berusaha untuk selalu tampil rapi dimanapun mereka berada demi mendapatkan kesan yang positif dari orang disekitarnya.

3.2.6 Warna

Warna juga memberi arti terhadap suatu objek. Warna sering digunakan untuk menunjukkan suasana emosional, cita rasa, bahkan agama. Contohnya warna merah muda sebagai warna yang feminim, warna biru adalah maskulin, dan warna putih sering bermakna positif, suci, dan bersih.

Berikut pemaparan informan Dika :

Buat saya *sih* kalo persoalan warna baju gak *neko-neko*. Saya lebih suka warna yang agak gelap dibanding yang terang-terang biar badan keliatan lebih *slim* juga, kalau ada itupun dipakainya cuma sesekali. Karena tren yang sekarang itu warna yang gelap-gelap, saya selalu liat *uptodate* tren *fashion* di majalah internet. (Hasil wawancara 30 November 2016).

Hal yang serupa juga diungkapkan informan Egi :

Saya tidak begitu milih warna, saya lebih suka mengkombain aja karena tidak begitu suka yang *full color*. Lebih senang warna gelap dan tidak mencolok karena saya mencocokkan dengan warna kulit, kan tidak semua orang cocok dengan semua warna karena warna kulit orang juga berbeda-beda. (Hasil wawancara 15 Desember 2016).

Bagi kedua informan warna pakaian yang agak bewarna gelap adalah *style* gaya keseharian mereka, karena warna seperti merupakan warna yang sedang trend saat ini. Memilih dan memutuskan untuk memakai pakaian tertentu maka dia secara sadar telah menggunakan tanda nonverbal untuk mengekspresikan makna melalui kesan tertentu dalam penampilannya.

Pakaian yang dikenakan bukan hanya sekedar melindungi tubuh dari sekedar panas dan dingin, namun dapat pula menjadi indikator dari status sosial ekonomi seseorang. Orang yang berpakaian kasual ditandai dengan pribadi yang santai, luwes, rapi, dan selalu tampil menarik serta menjadi penanda bahwa orang tersebut memerhatikan penampilannya dan berkelas karena kasual identik dengan barang yang bermerek kelas atas. Warna pakaian gelap dapat memberikan efek

tubuh menjadi ramping. Warna gelap identik dengan maskulin dan wibawa baik itu jenis pakaian formal ataupun kasual. Selain itu warna gelap adalah warna netral, bisa dipakai semua jenis *style* dan dipadukan dengan warna apapun.

3.2.7 Bau (*olfaction*)

Pesan nonverbal melalui indra penciuman yang merasakan bau-bau yang dikenalnya seperti minyak wangi, bau badan, makanan, dll. Aroma tubuh juga dapat dijadikan sebagai identitas dan keberadaan seseorang. Biasanya aroma tubuh yang wangi identic dengan wanita saja, namun belakangan ini pria pun semakin memprioritaskan aroma tubuh yang wangi seperti beberapa informan yang tergolong pria metroseksual.

Aroma tubuh merupakan faktor yang cukup penting bagia pria Member *Celebrity Fitness* dalam menjalani aktifitas mereka. Berikut pemaparan informan Egi :

Bagi saya aroma tubuh yang wangi itu penting banget sih, karena itu yang buat saya *confidence*, jadinya bawaan kita *enjoy* kemana-mana. Orang pasti bakal nilainya juga positif dan tidak risih kalau dekat sama kita. Karena saya beraktifitas tiap hari apalagi sering fitness kan jadi kemana-mana selalu bawa parfum, minimal pakai *deodorant*. Kalau sudah olahraga pasti langsung mandi biar tidak bau badan.

Informan Egi selalu menjaga aroma tubuhnya agar tidak bau badan dan selalu wangi, hal yang hampir sama dilakukan oleh informan Ato :

Saya suka punya aroma tubuh yang wangi tapi tidak menyengat. Tubuh yang wangi itu penting kerana bagi saya lelaki dinilai selain dari fisik tentu aroma tubuh juga. Kalau kita wangi dan rapi juga itu sudah jadi nilai plus. Aroma tubuh juga mempengaruhi kesan orang lain. Misalnya lagi jalan sama keluarga, teman, pasangan, ataupun lagi kerja pasti kita tidak mau jadi malu-maluin karena bau badan.

Setelah mewawancarai informan diatas, berbagai cara dilakukan pria untuk menjaga aroma tubuhnya agar tetap wangi, tentunya itu merupakan hal yang

penting juga. Baik itu letika berada dalam lingkungan keluarga, pergaulan, maupun pekerjaan.

Aroma tubuh yang wangi membuat mereka untuk selalu tampil lebih percaya diri baik didalam pekerjaan maupun pergaulan. Selain itu memiliki aroma tubuh wangi dapat dijadikan sebagai identitas orang yang memperhatikan penampilannya serta memberikan kesan yang baik dimata orang lain dan juga sebagai citra diri yang positif pada seseorang.

Tabel 4.5 Tampilan NonVerbal

Tampilan Nonverbal	Deskripsi
<i>Kinesics</i>	Menggunakan gerakan tangan untuk menjelaskan ukuran besar kecilnya sesuatu dan menunjukkan bentuk, menganggukkan kepala sebagai tanda persetujuan, menggelengkan kepala serta mengerutkan dahi sebagai tanda ketidaksetujuan.
<i>Haptics</i>	Berjabat tangan ketika bertemu seseorang sebagai tanda keakraban dan kesopanan, saling merangkul untuk menunjukkan kesan persahabatan, melakukan cipika-cipiki sebagai tanda hubungan pertemanan yang dekat.
<i>Paralanguage</i>	Menekan intonasi suara pada kata tertentu untuk mempertegas maksud yang disampaikan, penurunan intonasi suara yang merendah mengandung maksud bahwa adanya rasa malu atau kurang percaya diri.
Postur tubuh	Memiliki postur tubuh yang proporsional seperti badan berisi, bertubuh kekar, dan terbentuk merupakan hal yang positif. Dengan postur tubuh yang baik maka secara tidak langsung memberi kesan pria yang berwibawa.

Artifak	Memilih pakaian yang bertema kasual. misalnya memakai kemeja atai kaos berkeri, sepatu, dan celana panjang. Selalu berusaha untuk tampil rapi dan melek akan tren <i>fashion</i> .
Warna	Dalam pemilihan warna berpakaian lebih didominasi dengan pakaian-pakaian yang berwarna gelap karena dianggap dapat menyamarkan tubuh yang besar sehingga akan membuat lebih slim, selain itu menurut informan bahwa warna pakaian yang tidak terlalu mencolok merupakan tren <i>fashion</i> saat ini.
<i>Olfaction</i>	Aroma tubuh yang wangi membuat informan untuk selalu tampil lebih percaya diri baik dalam lingkungan pekerjaan maupun pergaulan. Selain itu aroma tubuh yang wangi dijadikan sebagai identitas bahwa mereka orang yang memperhatikan penampilan.

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa tampilan nonverbal pria metroseksual Member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar ada tujuh poin, yaitu kinesics berupa gerakan tubuh, haptics yang berkaitan dengan sentuhan, paralanguage merujuk pada karakter vokal, postur tubuh, artifak berupa benda yang merupakan hasil tangan manusia, warna, dan olfaction yang merujuk pada bau-bau yang dirasakan indra penciuman.

B. Pembahasan

Berdasarkan data dan hasil temuan di lapangan serta teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya, penulis mengemukakan beberapa hal terkait dengan landasan teori penelitian ini.

1. Citra Diri Pria Metroseksual Member *Celebrity Fitness* di Kota

Makassar

Awal mula kemunculan metroseksual hadir di luar negeri saja, namun seiring dengan berjalannya waktu mulai lah merambah ke Indonesia yang masuk di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Makassar.

Pria metroseksual memiliki rasionalitasnya sendiri, yaitu bersifat narsistik yang tinggi sehingga mereka selalu memperhatikan penampilannya. Pria seperti ini dapat dengan mudah dijumpai di kota metropolitan khususnya Kota Makassar. Dengan kata lain, lokasi geografis yang menjadi obyek bagi pria metroseksual selain dirinya sendiri adalah gaya hidup metropolitan atau urban.

Secara sederhana metroseksual merupakan julukan yang ditujukan kepada pria urban yang senang memperhatikan penampilan, cenderung narsistik, dan tidak malu untuk menunjukkan sisi feminim dirinya. Namun, mereka bukanlah *gay* atau homoseksual, melainkan lelaki sejati yang tetap tertarik terhadap lawan jenis. Bahkan di negara barat seperti Amerika mereka dikategorikan sebagai identitas pria baru.

Pria metroseksual terbiasa hidup di kota besar sehingga mereka sangat *brand minded* dan tidak ingin tertinggal mode *fashion*. Berbagai hal dilakukan agar dirinya terlihat sempurna. Metroseksual terobsesi dengan penampilan prima dari ujung kaki hingga ujung rambut untuk selalu terlihat baik. Mereka rela

mengeluarkan banyak uang agar menjadi seseorang yang mereka inginkan. Bentuk tubuh yang kurang bagus dapat diperbaiki dengan mengikuti *fitness* di pusat kebugaran seperti yang dilakukan para informan.

Dengan selalu menjaga penampilannya citra diri pria metroseksual identik dengan sesuatu yang positif. Citra diri ini merupakan cara para informan dalam menampilkan dirinya pada orang lain untuk membentuk penilaian atau konsepsi orang lain terhadap dirinya. Citra diri yang dimaksud berupa persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi, penampilan, dan potensi tubuh. Citra diri yang dimiliki pria metroseksual dikatakan baik karena mereka sangat memahami dan mengenal dirinya.

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa perhatian individu dalam menilai penampilan dirinya ataupun orang lain selalu tertuju pada bagian tubuh dan keseluruhan bagian tubuh. Oleh sebab itu dalam penelitian ini peneliti mendapat temuan sesuai dengan teori yang digunakan bahwa aspek citra diri pria metroseksual Member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar meliputi aspek citra diri berdasarkan bagian-bagian tubuh dan aspek citra diri keseluruhan tubuh.

Aspek citra diri bagian tubuh

Dari hasil penelitian diatas bahwa aspek citra diri bagian tubuh Member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar terdiri dari penampilan wajah, potongan rambut, *shoulder* / bahu, lengan, kaki, dan perut.

Penampilan wajah menjadi suatu hal yang sangat menunjang bagi penampilan. Bagi para informan penampilan wajah menjadi modal fisik yang

utama. Melakukan perawatan wajah agar selalu tampil bersih dan percaya diri. *First impression* yang timbul pada diri informan kepada orang lain yang paling pertama dinilai dari penampilan luar terutama wajah.

Dunia *fashion* pria metroseksual akan selalu hadir model terbaru dan menjadi panutan untuk tampil kekinian. Salah satu *fashion* pria metroseksual adalah model rambut. Potongan rambut merupakan salah satu dari bagian tubuh yang dapat menunjang penampilan. Bagi para informan tren potongan rambut harus selalu diikuti, seperti yang dikatakan oleh informan King dan Randy. Model rambut yang mereka suka adalah potongan yang disampingnya dicukur agak pendek dan bagian atas rambut dibiarkan agak panjang atau yang lebih dikenal dengan istilah *undercut*. Mengecat rambut secara berkala dengan menggonta-ganti warna pun juga sering dilakukan oleh beberapa informan.

Kepuasan terhadap bentuk tubuh memberikan kontribusi dengan meningkatnya rasa percaya diri. Bahu merupakan persendian yang paling sering digunakan pada *upper body*, bagian ini terlihat dari depan maupun belakang sehingga ukurannya dapat mempertegas penampilan fisik secara keseluruhan. Bagi informan memiliki bentuk bahu yang bidang akan membuat kesan yang baik. Seperti informan King yang lebih suka melatih bagian *upper body* agar bentuk bahunya terlihat lebih menonjol, menurutnya bahu yang tegak akan terlihat bidang dan kekar. Begitupun dengan informan Dika yang mengatakan bahwa setiap pria khususnya Member *Celebrity Fitness* menginginkan bahu yang bagus agar terlihat proporsional dan simetris.

Selain itu, memiliki lengan yang berotot dan atletis merupakan suatu kebanggaan bagi pria metroseksual. Memiliki Otot *triceps* dan *biceps* menjadi tolak ukur informan bahwa lengan seseorang dikatakan bagus. Menurut informan bahwa salah satu factor yang membuat seseorang ikut *nggym* adalah melatih bentuk tubuh bagian lengan, dengan bentuk bagian lengan yang bagus itu pulalah yang membuat informan merasa bangga ketika mengenakan pakaian karena dianggap memiliki tampilan yang baik.

Bentuk kaki pun merupakan salah satu aspek citra diri bagian tubuh pria metroseksual. Memiliki tubuh yang ideal memang tidaklah salah. Hanya saja sangat disayangkan bila tubuh bagian atas seperti bahu terlihat besar namun kaki terlihat kecil, tentu hal ini yang membuatnya tidak proporsional. Hampir seluruh informan berpendapat yang sama, bahwa mereka terlalu fokus untuk melatih bagian *upper body* sehingga sering melupakan bagian *lower body* seperti kaki. Menurut para informan bahwa bagian *lower body* mereka masih kurang terbentuk dibanding dengan bagian *upper body*.

Aspek citra diri bagian tubuh yang terakhir adalah perut. Memiliki perut yang *sixpack* merupakan impian banyak pria. Banyak cara yang dilakukan informan untuk menjaga bentuk perut yang baik, salah satunya dengan menjaga pola makan dan rajin berolahraga. Seperti pemaparan informan Ato adalah bagian perut adalah bagian tubuh yang paling susah dijaga karena dengan pola makan yang salah bisa berakibat pada perut menjadi buncit. Informan Adri mengatakan hal yang demikian bahwa bagian perut adalah bagian yang susah diatur, untuk saat ini massa lemak lebih banyak dibanding dengan massa otot.

Aspek citra diri keseluruhan tubuh

Selanjutnya berdasarkan dari hasil penelitian diatas aspek citra diri keseluruhan tubuh Member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar terdiri dari tinggi badan, berat badan, dan proporsi tubuh.

Pertumbuhan rata-rata untuk setiap jenis kelamin dalam populasi itu berbeda-beda. Dimana pria dewasa biasanya lebih tinggi ketimbang wanita, serta tinggi badan juga dapat bervariasi berdasarkan etnis. Bagi para informan tinggi badan mereka umumnya mengikuti standar kebanyakan dari pria dewasa Indonesia pada umumnya bekisar antara 165-175 cm.

Berat badan yang ideal tentunya akan meningkatkan rasa percaya diri juga. Pria yang memiliki berat badan berlebih pada umumnya terdapat lemak yang menumpuk pada tubuh, begitupun sebaliknya yang memiliki berat badan seimbang atau kecil memiliki lemak yang sedikit pada tubuh. Pada informan King ia merasa pada level yang seimbang, maksudnya ia tidak merasa kekurusan atau kegemukan. Namun banyak yang berkata bahwa sebenarnya ia masih pada level kekurusan, tapi tujuan dari informan King memang sudah demikian yang menginginkan tubuhnya agak kurus agar otot dan badannya terlihat lebih *shaping*. Berbeda dengan informan Adri yang merasa tubuhnya kegemukan berdasarkan *Body Mass Index* (BMI), karena BMI inilah yang menjadi acuan para Member *Celebrity Fitness* untuk mengukur keseimbangan antara berat dan tinggi badan.

Salah satu yang membuat proporsi tubuh yang baik adalah dengan memiliki berat dan tinggi badan yang ideal. Selain itu banyak profesi yang mengharuskan seseorang untuk memiliki proporsi tubuh yang ideal dan berpenampilan menarik.

Informan Ato yang merasa puas dengan proporsi tubuhnya saat ini karena menurutnya dengan apa yang ia lakukan selama ini tidak sia-sia. Dengan statusnya sebagai pekerja kantoran yang banyak menghabiskan aktifitasnya diluar rumah, *fitness* merupakan cara Ato untuk tetap menjaga kebugaran dan tentunya membentuk proporsi tubuh yang baik. Hal itupun terbukti dengan perubahan bentuk yang baik pada otot-otot tubuhnya dan kebugarannya. Begitupun hal serupa yang terjadi pada informan King, ia merasa memiliki proporsi tubuh yang baik dengan upayanya menjaga pola olahraga yang teratur. Pandangannya bahwa dengan rajin berolahraga maka tubuh akan terbentuk dengan sendirinya dan ia pun merasa puas dengan hal itu.

Perkembangan Citra Diri Pria Metroseksual

Selain daripada ciri khas pria metroseksual yang memiliki penampilan fisik dan gaya hidup berbeda dibanding dengan pria-pria lainnya, ada pula beberapa faktor yang menyebabkan berubahnya ataupun berkembangnya citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness*. Hal ini sesuai dengan teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya begitupun dengan temuan peneliti di lapangan. Faktor tersebut dipengaruhi oleh jenis kelamin (*gender*) seseorang, lingkungan dimana mereka melakukan interaksi, dan media massa.

Dibanding wanita, pria lebih cenderung berperan aktif dalam menjalankan aktifitas sehari-hari terutama dalam hal yang menyangkut pekerjaan fisik. Member Wanita lebih kepada menjaga penampilannya dengan standar tertentu. Dibanding member pria yang tidak begitu mengacu pada standar atau patokan

tertentu, namun tetap memperhatikan penampilannya dan yang terpenting bagi mereka adalah tetap terlihat proporsional dan menarik.

Dalam lingkungan pergaulan, seseorang akan merasa nyaman dan betah ketika diterima dengan baik di lingkungan dimana ia berada. Hal inilah yang membuat citra diri informan menjadi lebih positif. Selain daripada itu dengan banyaknya pergaulan akan mempengaruhi kepopuleritasan seseorang dan memiliki kepuasan terhadap dirinya.

Kekuatan media massa sangat berpengaruh pada pembentukan citra diri informan. Segala bentuk gaya hidup mulai dari tren fashion, model rambut, hingga bentuk tubuh yang ideal diadopsi dari media massa. Standar kecantikan atau ketampanan seseorang yang disajikan media massa dianggap baik dan itulah yang menurut mereka harus diikuti. Ketika karakter dan tampilan fisik yang dimiliki seseorang sesuai dengan apa yang ditampilkan media massa maka akan membuat citra diri yang positif.

2. Tampilan Verbal dan Nonverbal Pria Metroseksual Member Celebrity Fitness di Kota Makassar

Pria metroseksual sebagai makhluk sosial pasti melakukan interaksi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam setiap komunikasi yang berlangsung hampir selalu menggunakan lambing-lambang verbal dan nonverbal. Oleh sebab itu peneliti mendapat temuan bahwa seperti apa tampilan verbal dan nonverbal dari Member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar.

Tampilan Verbal Pria Metroseksual Member Celebrity Fitness

Pria metroseksual pasti melakukan aktifitas berkomunikasi dalam kesehariannya. Pesan yang dikomunikasikan berupa komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal misalnya bahasa lisan. Bahasa lisan merupakan syarat utama dalam mengutarakan maksud dan tujuan seseorang.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan pengakuan oleh para informan bahwa dalam berkomunikasi mereka menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar pada umumnya, mereka tidak menggunakan bahasa atau istilah khusus ketika berbicara dengan orang lain. Namun sesekali mereka menggunakan bahasa asing (Mandarin dan Inggris), tergantung kepada siapa mereka bercakap. Bahasa yang digunakan adalah bahasa yang santai namun tidak kasar, dan tentu saja dimengerti oleh lawan bicaranya.

Kebanyakan orang di Indonesia dapat menuturkan dua bahasa, bahasa nasional dan bahasa daerah dari suku mana ia berasal. Sehubungan dengan itu, bahasa lisan yang digunakan tidak terlepas dari logat atau aksen berbicara informan. Seperti beberapa informan yang mengaku bahwa ketika berbicara dalam situasi tidak resmi, mereka menggunakan aksen atau logat daerah tertentu. Misalnya ketika berkomunikasi dengan sesama orang Makassar tentunya informan menggunakan aksen Makassar yang kental, begitupun sebaliknya ketika berkomunikasi dengan orang Jawa, hal tersebut dilakukan tergantung kepada siapa lawan bicara mereka.

Tampilan Nonverbal Pria Metrsoseksual Member Celebrity Fitness

Dalam berkomunikasi pria metroseksual juga menunjukkan lambang atau kode nonverbal. Hasil temuan di lapangan sesuai dengan teori yang dibahas pada bab sebelumnya, menurut Cangara (2011:107) kode nonverbal tersebut dikelompokkan pada beberapa bentuk seperti *kinesics*, *haptics*, *paralanguage*, postur tubuh, artifak, warna, dan *olfaction*.

Kinesics adalah pesan yang menggunakan gerakan tubuh, untuk menunjukkan sikap dan gerak tubuh. Pada saat melakukan penelitian didapati temuan berupa pesan tersirat nonverbal yang bersifat *kinesics*. Beberapa informan menggunakan gerakan tangan untuk menjelaskan ukuran besar kecilnya sesuatu dan menunjukkan bentuk. Menganggukkan kepala sebagai tanda persetujuan dan menggelengkan kepala serta mengerutkan dahi sebagai tanda ketidaksetujuan.

Pesan *haptics* berkaitan dengan sentuhan dalam berkomunikasi, cara atau bentuk sentuhan menunjukkan keadaan dan maksud seseorang dalam hubungan dengan orang lain. Dalam hal ini pria metroseksual yang menjadi informan menunjukkan bahwa berjabat tangan ketika bertemu seseorang sebagai tanda kekraban dan kesopanan. Saling merangkul untuk menunjukkan kesan persahabatan, terkadang melakukan *cipika-cipiki* sebagai tanda hubungan pertemanan yang sangat dekat.

Istilah *paralanguage* merujuk pada unsur nonverbal suara dalam percakapan verbal, *paralanguage* meliputi karakter dan sifat vokal. Hasil temuan yang didapat di lapangan berupa ketika berkomunikasi informan menekan intonasi suara pada kata tertentu untuk mempertegas maksud yang disampaikan. Kemudian terjadi

penurunan intonasi suara yang merendah seakan mengisyaratkan maksud bahwa adanya rasa malu atau kurang percaya diri.

Postur tubuh menunjukkan pesan nonverbal yang merupakan fisik tubuh seseorang. Bagi pria metroseksual khususnya informan, memiliki fisik tubuh yang baik adalah hal yang penting. Bagi informan King memiliki lekukan tubuh dan bahu yang terlihat bidang adalah kepuasan tersendiri. Memiliki postur tubuh proporsional seperti badan berisi, bertubuh kekar, dan terbentuk merupakan hal yang positif. Begitupun bagi informan Ato, perubahan bentuk tubuh selama *fitness* ialah nilai plus bagi dirinya. Dengan postur tubuh yang baik inilah yang membuatnya lebih percaya diri dan secara tidak langsung memberi kesan *gentleman*.

Artifak ditujukan untuk benda-benda atau hasil kerja yang diciptakan oleh manusia. Atribut yang digunakan berperan sebagai penanda untuk menyampaikan makna tertentu. Selain kepentingan estika, umumnya dipakai untuk menunjukkan status dan identitas diri. Berdasarkan hasil penelitian, umumnya dalam berpakaian para informan memilih tema kasual karena identic dengan barang bermerek kelas atas. Misalnya memakai kemeja atau kaos berkerah, sepatu, dan celana panjang. Mereka selalu tampil dalam balutan pakaian yang berkesan rapi, hal ini ditujukan agar dapat memberi kesan yang positif bagi orang yang melihat. Sebagai sifat pria metroseksual yang selalu ingin *uptodate*, para informanpun selalu melek akan tren *fashion*.

Warna juga memberi arti terhadap suatu objek, pada penelitian ini warna digunakan dalam penggunaan busana informan. Dalam pemilihan warna berpakaian beberapa informan lebih didominasi dengan pakaian-pakaian yang berwarna gelap karena dianggap dapat menyamarkan tubuh besar sehingga akan membuat lebih slim, selain itu menurut informan lainnya bahwa warna pakaian yang tidak terlalu mencolok merupakan tren *fashion* saat ini.

Selanjutnya *olfaction* merupakan pesan nonverbal melalui indra penciuman yang merasakan bau-bau yang dikenalnya seperti minyak wangi, bau badan, makanan, dll. Adapun dalam hasil penelitian ini terfokus pada aroma tubuh yang dijadikan sebagai identitas informan. Aroma tubuh yang wangi tidak hanya identik dengan wanita saja, namun informan sebagai pria metroseksual juga memprioritaskan aroma tubuh yang wangi. Dalam menjalankan segala aktifitasnya aroma tubuh yang wangi dinilai sangat penting bagi informan untuk menjadikan tetap percaya diri kapanpun itu. Mereka selalu menjaga aroma wangi tubuhnya, selain itu memiliki aroma tubuh yang wangi dapat dijadikan sebagai identitas orang yang memperhatikan penampilannya serta memberi kesan yang baik dimata orang lain dan juga menunjukkan sebagai citra diri yang positif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan dan analisis yang telah dilakukan mengenai studi **“Citra Diri Pria Metroseksual di Kota Makassar (Studi Kasus Komunikasi Antarpribadi Member *Celebrity Fitness*)”**, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra Diri pria metroseksual Member *Celebrity Fitness* di kota Makassar terbagi kedalam dua aspek. *Pertama*, Aspek citra diri berdasarkan bagian-bagian tubuh yang meliputi: penampilan wajah, potongan rambut, bentuk bahu, bentuk lengan, bentuk kaki, dan perut. *Kedua*, Aspek citra diri berdasarkan keseluruhan tubuh yang meliputi: tinggi badan, berat badan, dan proporsi tubuh. Selain itu perkembangan citra diri informan juga dipengaruhi oleh adanya faktor jenis kelamin (*gender*), lingkungan, dan media massa. Secara umum citra diri pria metroseksual member *Celebrity Fitness* berada dalam kategori positif karena keseluruhan informan dapat mengenali dirinya dengan baik dan terdapat kepuasan terhadap bentuk tubuh dan penampilan mereka.
2. Dalam komunikasi pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di kota Makassar memiliki pesan verbal berupa: Ketika berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar, kadang menyisipkan bahasa asing (Inggris, Mandarin). Dalam berdialog menggunakan aksen/logat Makassar atau Jawa tergantung kepada siapa

lawan bicaranya. Kemudian dalam berkomunikasi pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar memiliki pesan nonverbal berupa: *kinesics* mengacu pada gerakan tubuh, *haptics* yang berkaitan dengan sentuhan, *paralanguage* merujuk pada karakter vokal, postur tubuh, artifak berupa atribut yang digunakan, warna, dan *olfaction* berupa aroma yang dikenali oleh indera penciuman.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan mengenai citra diri dan dan tampilan verbal dan nonverbal pria metroseksual member *Celebrity Fitness* di Kota Makassar, maka peneliti dapat menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Kepada pria metroseksual secara umum yang memiliki perilaku konsumtif dan menjadi target komoditi bisnis dunia, hendaknya tidak serta-merta mengkonsumsi apa yang disajikan oleh media massa serta lebih selektif dalam hal pemenuhan kebutuhan bukan berdasarkan kemauan semata. Kepada masyarakat umum, hendaknya memiliki stigma yang positif kepada pria metroseksual. Tidak lagi memandang sebelah mata, karena pria metroseksual adalah sosok lelaki tulen yang suka menampilkan sisi feminimnya. Fenomena metroseksual merupakan gaya hidup semata dan bukan diukur berdasarkan orientasi seksual, serta mereka sangatlah lumrah ditemui di kota-kota besar seperti di Kota Makassar.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian di bidang komunikasi khususnya citra diri pria metroseksual sebaiknya lebih banyak memiliki gambaran tentang apa yang ingin diteliti. Selain itu peneliti yang ingin melakukan penelitian yang sama diharapkan memiliki literatur-literatur untuk menambah referensi serta berinteraksi langsung secara *intens* dengan pria metroseksual untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Asharfillah, Zenan. 2010. *Metroseksual Korban Kapitalisme Global*. Jakarta: Penerbit Zikrul Hakim.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan ke-12. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chamim, Mardiyah, D.A. Candraningrum, Nurhayati, Telni Rusmitantri. 2004. "Bertemu Pria- Pria Venus", *Tempo*. 01/XXXIII/56.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terjemahan oleh Nuraeni. 2004. Yogyakarta: Jalasutra.
- Featherstone, Mike. 1990. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Terjemahan oleh Misbah Zulfah Elizabeth. 2008. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ibrahim, Idi Subandy. 1997. *Ekstasi Gaya Hidup: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Kertajaya, Hermawan, Yuswohadi, Dewi madyani, Bembi Dwi Indrio. 2003. *Marketing in Venus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana.
- Mardiyah Chamim, et al., "Bertemu Pria-Pria Venus," *Tempo* 01/XXXIII (30-7 Maret 2004), hal. 56.
- Mulyana, Ahmad. 2015. *Gaya Hidup Metroseksual, Perspektif Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Imu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pardede, Y.O.K. 2008. "Konsep Diri Anak Jalanan Usia Remaja". *Jurnal Psikologi*. Vol 1. No 2/Juni: 294.
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat*. Bandung: Mizan.
- Pujijogyanti, C.R. 1988. *Konsep Diri Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Pusat Penelitian Unika Atmajaya.
- Reza, Muhammad. 2013. *Perilaku Komunikasi Sesama Pria Metroseksual di Kota Makassar (Studi Komunikasi Antarpribadi)*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Strinati, Dominic. 1995. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Terjemahan oleh Sunardi. 2004. Yogyakarta: Bentang Budaya.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

_____. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.

Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.

Widayatun, T.R. 1999. *Ilmu Perilaku*. Jakarta: CV Sagung Seto.

Wiryanto. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.

Referensi Tambahan :

Admins. 2010. Korelasi Konsep Diri Dengan Komunikasi Antarpribadi Remaja. (<https://skripsipsikologie.wordpress.com/2010/06/11/korelasi-konsep-diri-dengan-komunikasi-interpersonal-remaja/>, diakses pada tanggal 14 Februari 2016 pukul 21.00 WITA).

Admins. 2010. Konsep Diri Pria Metroseksual. (<https://skripsipsikologie.wordpress.com/2010/06/11/konsep-diri-pria-metroseksual/>Citra diri, diakses pada tanggal 14 Februari 2016 pukul 21.15 WITA).

Djelantik. 2014. *Citra Diri*. (<https://djelantik.wordpress.com/2014/01/20/citra-diri/>, diakses pada tanggal 15 Februari 2016 pukul 18.00 WITA).

Herrick, Jack. 2017. *Cara Tampil Menarik (Untuk Pria)*. ([http://id.wikihow.com/Tampil-Menarik-\(untuk-Pria\)](http://id.wikihow.com/Tampil-Menarik-(untuk-Pria))), diakses pada tanggal 7 Februari 2017 pukul 00.05 WITA).

Ladeak, Lisa Trisia. 2012. *Psikologi (Tema-4 Konsep Diri dan Komunikasi, Teori-Teori Konsep Diri dan Kognis Sosial*. (<http://lisatrisianadeak.blogspot.co.id/2012/11/psikologi-tema-4-konsep-diri-dan.html>, diakses pada tanggal 15 Februari 2016 pukul 18.02 WITA).

Rizal, Samsul. 2015. *Fenomena Pria Metroseksual*. (<http://mataharizal.blogspot.co.id/2015/04/fenomena-pria-metroseksual.html>, diakses pada tanggal 5 Mei 2016 pukul 15.52 WITA).

- Jadul. 2012. *Perbedaan Kaum Metroseksual dan Homoseksual*.
(<http://civicara.com/2012/11/19/perbedaan-kaum-metroseksual-dan-homoseksual/>), diakses pada tanggal 2 Mei 2016 pukul 23.00 WITA).
- Makassar, Pemerintah Kota. 2014. *Geografis Kota Makassar*.
(<http://makassarkota.go.id/110-geografiskotamakassar.html>), diakses pada tanggal 2 Mei 2016 pukul 20.32 WITA).
- Nuryani, yulius. 2012. *Konsep Diri*.
(<http://perawatyulius.blogspot.co.id/2012/04/konsep-diri.html>), diakses pada tanggal 15 Februari pukul 20.00 WITA).